



มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ
Occupational Standard and Professional Qualifications

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน

จัดทำโดย สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)
ร่วมกับ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

1. ชื่อมาตรฐานอาชีพ

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน

2. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐาน

NA

3. ทะเบียนอ้างอิง (Imprint)

NA

4. ข้อมูลเบื้องต้น

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มสาขาอาชีพจัดทำมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ มีความเป็นสากลและเหมาะสมกับประเทศไทย เป็นที่ยอมรับทั้งภายในประเทศและระดับสากล โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อสร้างเครือข่ายการจัดทำ พัฒนา และเผยแพร่ มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ และประชาสัมพันธ์ให้ระบบคุณวุฒิวิชาชีพและมาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เป็นที่รับรู้และยอมรับในทุกภาคส่วน

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ ฉบับนี้จัดทำโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสาขาวิชาชีพประชาสัมพันธ์และสื่อองค์กร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ร่วมกับวิธีเทคนิควิเคราะห์หน้าที่ (Functional Analysis) โดยจากการวิเคราะห์พบว่า มีหน้าที่หลัก (Key Function) 4 หน้าที่หลัก ซึ่งทุกหน้าที่งานมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น ทั้งนี้ในแต่ละหน้าที่งานยังประกอบไปด้วยหลากหลายอาชีพที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามในมาตรฐานฉบับนี้ได้ดำเนินการจัดทำอาชีพที่มีความสำคัญเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความต้องการของประเทศ โดยได้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น 6 อาชีพ 15 คุณวุฒิวิชาชีพตามรายละเอียดที่อยู่ในมาตรฐานอาชีพนี้

5. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐานในแต่ละครั้ง

NA

6. ครั้งที่

2

7. คุณวุฒิวิชาชีพที่ครอบคลุม (Professional Qualifications included)

สาขาประชาสัมพันธ์

- อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 3
- อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 4
- อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5
- อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 6
- อาชีพนักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 4
- อาชีพนักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 5
- อาชีพนักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 4
- อาชีพนักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 5
- อาชีพนักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 5
- อาชีพนักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 6
- อาชีพนักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 5
- อาชีพนักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6
- อาชีพนักบริหารการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6

อาชีพนักบริหารการประชาสัมพันธ์ ระดับ 7

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

NA

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

รหัสหน่วยสมรรถนะ	เนื้อหา
01101	กำหนดนโยบายด้านการสื่อสาร
01102	วิเคราะห์นโยบายด้านการสื่อสาร
01103	สังเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร
01104	วิเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร
01105	กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร
01201	วิเคราะห์ข้อมูลภายใน
01202	วิเคราะห์ข้อมูลภายนอก
01203	วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน
01204	วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก
02101	กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
02102	กำหนดกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์
02103	กำหนดกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์
02104	กำหนดกลวิธีทางการประชาสัมพันธ์
02105	กำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ออนไลน์
02201	ออกแบบแนวทางการประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์
02202	ออกแบบแนวทางการประเมินผลระหว่างการประชาสัมพันธ์
02203	ออกแบบแนวทางการประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์
03101	กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
03102	จัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
03103	กำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์
03201	ติดต่อสื่อสารกับลูกค้า
03202	ติดต่อสื่อสารกับสื่อ
03203	ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
03204	ติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร
03301	ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งาน
03302	จัดทำโครงการการผลิตสื่อ
03303	ออกแบบสื่อดั้งเดิม
03304	ออกแบบสื่อใหม่
03401	ผลิตสื่อ
03402	ควบคุมการผลิตสื่อ
03403	ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์
03404	ตรวจสอบสื่อก่อนการเผยแพร่

03405	ควบคุมงานสื่อสารออนไลน์
03501	ทดสอบเผยแพร่สื่อ
03502	เผยแพร่สื่อตามมอบหมาย
03503	เผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด
03504	ควบคุมงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรม
03505	ปฏิบัติงานสนับสนุนในงานกิจกรรม
03506	ควบคุมภาพรวมกิจกรรม
03507	ปฏิบัติงานสื่อสารออนไลน์
03601	เข้าใจสถานการณ์
03602	ประเมินสถานการณ์
03603	จัดระดับความรุนแรง
03604	วางแผนการจัดการปัญหา
03605	รับมือกับปัญหาวิกฤต
04101	ประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์
04102	ประเมินผลระหว่างการประชาสัมพันธ์
04103	ประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์
04201	สร้างฐานข้อมูล
04202	ต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
04203	นำเสนอแนวทางในอนาคต
04301	กำหนดโจทย์และขอบเขตการวิจัยได้
04302	การรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย
04303	ดำเนินการวิจัย

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 3

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 3 จะมีความรู้ในการเชื่อมโยงหลักการปฏิบัติงานและผลการวิเคราะห์สารสนเทศ โดยใช้ทักษะทางเทคนิคในการทำงานเลือกใช้หลักการและเครื่องมือในการปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย สามารถประยุกต์หลักการ เลือกใช้และงานตามมาตรฐาน แก้ปัญหาทางเทคนิคหน้างานควบคู่กับการใช้คู่มือ เข้าใจและอธิบายสาระสำคัญของงานด้วยหลักการที่ถูกต้อง ความรู้เกี่ยวกับการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเผยแพร่สื่อและเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้ที่ได้รับผลกระทบ และคำนึงถึงการเข้าถึงข้อมูลของผู้รับสาร เช่น คุณลักษณะ คุณภาพและข้อจำกัดการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภท ความรวดเร็วและการครอบคลุมพื้นที่ในเผยแพร่สื่อ ตลอดจนการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการสื่อสาร สามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด ซึ่งเป็นงานที่ต้องปฏิบัติตามคำสั่ง โดยต้องสามารถรู้เป้าหมายของการเผยแพร่สื่อ รวมถึงตรวจสอบการเผยแพร่สื่อว่าถูกต้องหรือไม่ นอกจากนั้นยังจำเป็นต้องรายงานผลการเผยแพร่สื่อให้ผู้บังคับบัญชาทราบด้วยข้อมูลจริง รวมถึงสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานสนับสนุนในงานกิจกรรม โดยต้องสามารถเข้าใจขอบเขตงาน ตรวจสอบความเรียบร้อยของเอกสารต่างๆรวมถึงสามารถตรวจเช็คความเรียบร้อยของสถานที่จัดกิจกรรม ตลอดจนสามารถประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง มีความรู้เกี่ยวกับการสร้างฐานข้อมูลลูกค้าและมีจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 3 ต้องสำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพหรือมัธยมศึกษาปีที่ 6 และมีประสบการณ์ทำงานในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่ต่ำกว่า 1 ปี
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 3 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 3 ทั้ง 4 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น นักปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องหรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

03502 เผยแพร่สื่อตามมอบหมาย

03503 เผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด

03505 ปฏิบัติงานสนับสนุนในงานกิจกรรม

04201 สร้างฐานข้อมูล

10.2 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 4

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 4 จะมีความรู้ในเชิงทฤษฎีหรือหลักการสำคัญเพื่อปรับปรุงคุณภาพหรือผลงานให้ดีขึ้น โดยใช้ทักษะทางเทคนิคในการทำงานและทักษะในการควบคุมงานสามารถแก้ไขปัญหาในบริบทที่คาดการณ์ได้ ปรับใช้หลักการหาข้อสรุปประเด็นปัญหาและตัดสินใจเกี่ยวกับงานในหน้าที่ได้ด้วยตนเองและประสานการทำงานเพื่อควบคุมคุณภาพผลงาน มีความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ การออกแบบรูปแบบของการจัดงาน รวมไปถึงกระบวนการทำงานของสื่อกิจกรรม การจัดลำดับขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้การผลิตสื่อกิจกรรมตรงตามเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ได้ สามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการควบคุมงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรมและการควบคุมภาพรวมกิจกรรม โดยต้องมีความเข้าใจขอบเขตงาน สามารถชี้แจงแผนการดำเนินการโดยรวม และสื่อสารออกไปเพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง สามารถดูแลภาพรวมของการจัดกิจกรรม ตลอดจนสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเบื้องต้นได้ อีกทั้งมีความเข้าใจสถานการณ์ รับรู้ถึงภาวะวิกฤตที่กำลังเกิดขึ้นและต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด และมีจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 4 ต้องได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 3 และปฏิบัติงานในสาขามาไม่น้อยกว่า 2 ปี หรือ
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินไม่ต้องผ่านคุณวุฒิ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 3 แต่ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร ไม่น้อยกว่า 1 ปี
3. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 4 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 4 ทั้ง 4 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น นักปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ PR Management ,Supervisor บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒिवิชาชีพนี้)

03403 ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์

03504 ควบคุมงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรม

03506 ควบคุมภาพรวมกิจกรรม

03601 เข้าใจสถานการณ์

10.3 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องมีความรู้เชิงทฤษฎีหรือหลักการที่ซับซ้อนเพื่อพัฒนาผลผลิตภาพการทำงาน สามารถจัดการแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงทั่วไป สามารถคิด วิเคราะห์ และประเมินได้ด้วยตนเอง มีความเป็นผู้นำ จัดการผลผลิตภาพการทำงาน ถ่ายทอดสอนงาน และกำกับดูแลผู้ร่วมงานให้บรรลุตามแผน โดยใช้ทักษะในการทำงานที่ต้องคิด วิเคราะห์ วางแผนเพื่อแก้ปัญหาที่ซับซ้อน และประเมินผลในการปฏิบัติงาน มีความรู้เกี่ยวกับการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเป็นการกำหนดเกณฑ์ที่จะใช้ในการแบ่งแยกประเภทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้สามารถเลือกวิธีการในการสร้างการมีส่วนร่วมให้เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม รวมถึงเป็นการกำหนดและทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยประเมินจาก ผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับหรือเป็นผู้สร้างองค์กร รวมถึงการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Identification and prioritization) ซึ่งเป็นขั้นตอนในการแบ่งประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยทำการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ว่ากลุ่มใดสำคัญมากน้อยกับธุรกิจ โดยกำหนดจากสิ่งที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องการจากธุรกิจ กับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ยังสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร รวมถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ และสามารถเลือกใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์ วิเคราะห์ถึงสภาพ ขอบเขต ขนาดของปัญหา ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเห็นถึงประเด็นปัญหาที่อาจกลายเป็นภาวะวิกฤตได้ เพื่อให้สามารถจัดการกับประเด็นปัญหาเพื่อไม่ให้ลุกลามต่อไปได้ มีความรู้ในการต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเป็นแบบอย่างหรือผู้นำด้านจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลือกระดับคุณวุฒिवิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒिवิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องได้รับการรับรองคุณวุฒिवิชาชีพ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 4 และปฏิบัติงานในสาขามาไม่น้อยกว่า 3 ปี หรือ
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินไม่ต้องผ่านคุณวุฒิ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 4 แต่ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร ไม่น้อยกว่า 5 ปี
3. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒिवิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 5 ทั้ง 5 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น PR Manager นักบริหารลูกค้าสัมพันธ์ บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒिवิชาชีพนี้)

03101 กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- 03102 จัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 03203 ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
- 03602 ประเมินสถานการณ์
- 04202 ต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

10.4 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 6

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 6 จะต้องมีความรู้เชิงทฤษฎีที่อาจนำไปปรับใช้ป็นองค์ความรู้หรือนวัตกรรมในงานอาชีพเพื่อการพัฒนาระบบการทำงาน โดยใช้ทักษะในการบริหารจัดการกลยุทธ์และใช้องค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาทางซับซ้อนมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีความรู้เกี่ยวกับการกำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์โดยใช้วิธีการที่เหมาะสมผ่านช่องทางต่างๆ สามารถสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอและหลากหลายช่องทาง รวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ มีความสามารถในการสื่อสารภายนอกองค์กร รวมถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กรที่มีประสิทธิภาพ สามารถเลือกใช้ช่องทางติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กรได้อย่างถูกต้อง ทั้งสามารถจัดระดับความรุนแรงออกเป็นระดับต่างๆ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความรุนแรง ซึ่งความรุนแรงนั้นมีระดับที่แตกต่างกัน แนวทางการรับมือหรือแก้ปัญหาที่ต่างกันจึงแตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงต้องสามารถวิเคราะห์ระดับความรุนแรงจากสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อระบุระดับของความรุนแรงนั้นๆ และหาแนวทางแก้ไขปัญหาคือวางแผนการจัดการปัญหา ทำความเข้าใจกับปัญหา พิจารณาเงื่อนไขและข้อมูลที่มีอยู่ สามารถจัดทำแผนเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับปัญหาได้อย่างทันท่วงที รับมือกับปัญหาวิกฤต เพื่อแก้ไขภาวะวิกฤต (Crisis Containment) เป็นช่วงที่จำเป็นต้องเข้าไปแก้ไขสถานการณ์ภาวะวิกฤตไม่ให้ลุกลามสร้างความเสียหายและส่งผลกระทบต่อสังคม โดยต้องสามารถตัดสินใจใช้วิธีการแก้ไขที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งต้องทำการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถึงความรับผิดชอบ และแนวทางการแก้ไขสถานการณ์ขึ้นนี้ต้องอาศัยแผนการเตรียมความพร้อมรับมือกับภาวะวิกฤตที่เตรียมไว้ล่วงหน้าเพื่อช่วยแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่ปกติได้เร็วขึ้น สามารถแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีความซับซ้อนเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยใช้องค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาระบบงาน ให้คำปรึกษาด้วยประสบการณ์หรือสาขาที่มีความชำนาญ เป็นแบบอย่างหรือผู้นำด้านจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 6 ต้องได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5 และปฏิบัติงานมาไม่น้อยกว่า 2 ปี มีผลงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ หรือ
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินไม่ต้องผ่านคุณวุฒิ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5 แต่ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร ไม่น้อยกว่า 8 ปี มีผลงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ
3. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 6 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 6 ทั้ง 5 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น PR Manager, Crisis Management นักบริหารลูกค้าสัมพันธ์ บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

- 03103 กำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์
- 03204 ติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร

03603 จัดระดับความรุนแรง

03604 วางแผนการจัดการปัญหา

03605 รับมือกับปัญหาวิกฤต

10.5 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 4

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 4 จะมีความรู้ในเชิงทฤษฎีหรือหลักการสำคัญเพื่อปรับปรุงคุณภาพหรือผลงานให้ดีขึ้น โดยใช้ทักษะทางเทคนิคในการทำงานและทักษะในการควบคุมงานสามารถแก้ไขปัญหาในบริบทที่คาดการณ์ได้ ปรับใช้หลักการหาข้อสรุปประเด็นปัญหาและตัดสินใจเกี่ยวกับงานในหน้าที่ได้ด้วยตนเองและประสานการทำงานเพื่อควบคุมคุณภาพผลงาน มีความรู้เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร สามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารกับสื่อผ่านช่องทางต่างๆ มีความเข้าใจในวิธีการ กระบวนการทำงานของสื่อ ตลอดจนวิเคราะห์ถึงข้อมูลที่ต้องกรเข้าใจบทบาทของสื่อ และหน้าที่ของสื่อ เพื่อให้สามารถดำเนินการติดต่อสื่อสารกับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการออกแบบสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ทำความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตสื่อ โดยต้องสามารถกำหนดกรอบระยะเวลาในการผลิตได้ รวมถึงสามารถผลิตสื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ตามการออกแบบได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้ได้ชิ้นงานสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด สามารถทดสอบเผยแพร่สื่อ โดยต้องมีความเข้าใจในการเลือกกลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้ทดสอบสื่อก่อนการเผยแพร่ รวมถึงการเลือกแนวทางทดสอบสื่อซึ่งจำเป็นต้องเลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท ก่อนการเผยแพร่ รวมถึงสามารถนำข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุงเพื่อแก้ไขสื่อ ก่อนการเผยแพร่จริง และมีจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 4 ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีประสบการณ์ทำงานในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 1 ปี
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 4 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 4 ทั้ง 6 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น นักสื่อสารองค์กร นักออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ นักผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ นักเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ นักบุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

03201 ติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

03202 ติดต่อสื่อสารกับสื่อ

03303 ออกแบบสื่อดั้งเดิม

03304 ออกแบบสื่อใหม่

03401 ผลิตสื่อ

03501 ทดสอบเผยแพร่สื่อ

10.6 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 5

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 จะมีความรู้เชิงทฤษฎีหรือหลักการที่ซับซ้อนเพื่อพัฒนาผลิตภาพการทำงาน สามารถจัดการแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงทั่วไป สามารถคิด วิเคราะห์ และประเมินได้ด้วยตนเอง มีความเป็นผู้นำ จัดการผลิตภาพการทำงาน ถ่ายทอดสอนงาน และกำกับดูแลผู้ร่วมงานให้บรรลุตามแผน โดยใช้ทักษะในการทำงานที่ต้องคิด วิเคราะห์ วางแผนเพื่อแก้ปัญหาที่ซับซ้อน และประเมินผลในการปฏิบัติงาน มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบแนวคิดการสร้างสรรคงาน โดยมีความรู้ความเข้าใจในการออกแบบรูปแบบงานประเภทต่างๆ สามารถถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงานที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน และสามารถนำไปสร้างสรรค์สื่อที่มีคุณภาพ รวมถึงการจัดทำโครงการผลิตสื่อชนิดต่างๆ โดยเข้าใจวัตถุประสงค์ เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย กำหนดแนวคิดในการสื่อสาร ออกแบบเนื้อหา และนำเสนอโครงร่างได้ สามารถควบคุมการผลิตสื่อ โดยผู้ควบคุมการผลิตจะต้องดำเนินการจัดการดูแล ควบคุม และชี้แนะ เพื่อให้สามารถดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมาย และตรวจสอบสื่อก่อนเผยแพร่ โดยสามารถตรวจสอบความถูกต้อง คุณภาพของงาน ตรวจสอบความถูกต้องของสื่อที่ผลิต ก่อนนำไปเผยแพร่ตามช่องทางต่างๆ เป็นแบบอย่างหรือผู้นำด้านจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ นักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 4 และปฏิบัติงานมาไม่น้อยกว่า 3 ปี หรือ
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินไม่ต้องผ่านคุณวุฒิ นักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 4 แต่ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร ไม่น้อยกว่า 5 ปี
3. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 5 ทั้ง 4 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น นักสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ PR Content นักบุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

03301 ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งาน

03302 จัดทำโครงการการผลิตสื่อ

03402 ควบคุมการผลิตสื่อ

03404 ตรวจสอบสื่อก่อนการเผยแพร่

10.7 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 4

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 4 มีความรู้ในเชิงทฤษฎีหรือหลักการสำคัญเพื่อปรับปรุงคุณภาพหรือผลงานให้ดีขึ้น โดยใช้ทักษะทางเทคนิคในการทำงานและทักษะในการควบคุมงานสามารถแก้ไขปัญหาในบริบทที่คาดการณ์ได้ ปรับใช้หลักการหาข้อสรุปประเด็นปัญหาและตัดสินใจเกี่ยวกับงานในหน้าที่ได้ด้วยตนเองและประสานการทำงานเพื่อควบคุมคุณภาพผลงาน สามารถปฏิบัติงานเกี่ยวกับการดูแลงานสื่อออนไลน์ได้ มีความเข้าใจขอบเขตงาน สามารถชี้แจงแผนการดำเนินการโดยออนไลน์ เรียนรู้เทคนิคใหม่ๆ เพื่อนำไปปรับใช้ให้ทันสมัยกับสังคมออนไลน์ประเภทนั้นๆ รวมถึงเฝ้าระวังติดตามข้อมูลประเด็นทางสังคมต่างๆที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กร สามารถดูแลภาพรวมของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ตลอดจนแก้ปัญหาเบื้องต้นได้ สามารถออกแบบสื่อใหม่โดยระบุองค์ประกอบของสื่อใหม่ได้ รวมถึงเลือกใช้เครื่องมือในการออกแบบสื่อใหม่ได้อย่างถูกต้อง สามารถเข้าใจและรับรู้ถึงภาวะวิกฤตที่กำลังเกิด ขึ้นและต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด และมีจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 4 ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีประสบการณ์ทำงานในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 1 ปี
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 4 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 4 ทั้ง 3 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น Digital PR, PR Content นักบุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

- 03304 ออกแบบสื่อใหม่
- 03507 ปฏิบัติงานสื่อสารออนไลน์
- 03601 เข้าใจสถานการณ์

10.8 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 5

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 5 ความรู้เชิงทฤษฎีหรือหลักการที่ซับซ้อนเพื่อพัฒนาผลผลิตภาพการทำงาน สามารถจัดการแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงทั่วไป สามารถคิด วิเคราะห์ และประเมินได้ด้วยตนเอง มีความเป็นผู้นำ จัดการผลผลิตภาพการทำงาน ถ่ายทอดสอนงาน และกำกับดูแลผู้ร่วมงานให้บรรลุตามแผน โดยใช้ทักษะในการทำงานที่ต้องคิด วิเคราะห์ วางแผนเพื่อแก้ปัญหาที่ซับซ้อน และประเมินผลในการปฏิบัติงาน สามารถควบคุมงานสื่อสารออนไลน์ กำหนดแนวทางที่นำมาควบคุมการใช้งานสื่อออนไลน์ ให้มีความเหมาะสม รวมทั้งประเมินสถานการณ์ สามารถวิเคราะห์ถึงสภาพ ขอบเขต ขนาดของปัญหา ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเห็นถึงประเด็นปัญหาที่อาจกลายเป็นภาวะวิกฤตได้ เพื่อให้สามารถจัดการกับประเด็นปัญหาเพื่อไม่ให้ลุกลามต่อไปได้ และสามารถกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ออนไลน์โดยผ่านช่องทางที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงผู้รับสารให้มากที่สุดและเป็นแบบอย่างหรือผู้นำด้านจริยธรรม

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 5 ต้องได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ นักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 4 และปฏิบัติงานมาไม่น้อยกว่า 3 ปี หรือ
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินไม่ต้องผ่านคุณวุฒิ นักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 4 แต่ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร ไม่น้อยกว่า 5 ปี
3. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 5 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 5 ทั้ง 3 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น นักวางแผนเชิงกลยุทธ์ Crisis Management, Social Media specialist (ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสังคมออนไลน์) บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

02105 กำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ออนไลน์

03405 ควบคุมงานสื่อสารออนไลน์

03602 ประเมินสถานการณ์

10.9 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 5

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพนักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 จะมีความรู้ในเชิงทฤษฎีหรือหลักการที่ซับซ้อนเพื่อพัฒนาสภาพการทำงาน สามารถจัดการแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงทั่วไป สามารถคิด วิเคราะห์ และประเมินได้ด้วยตนเอง มีความเป็นผู้นำ จัดการสภาพการทำงาน ถ่ายทอดสอนงาน และกำกับดูแลผู้ร่วมงานให้บรรลุตามแผน โดยมีทักษะในการทำงานที่ต้องคิด วิเคราะห์ข้อมูล วางแผนเพื่อแก้ปัญหาที่ซับซ้อนและประเมินผลในการปฏิบัติงาน สามารถวิเคราะห์ข้อมูลทั้งภายในและภายนอก รวมถึงวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก วางแผนตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารและวางแผนกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารได้ เป็นแบบอย่างหรือผู้นำด้านจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีประสบการณ์ทำงานในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 5 ปี
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 5 ทั้ง 4 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น นักวางแผนเชิงกลยุทธ์ นักวางแผนสื่อ นักวางแผนเนื้อหา บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

01201 วิเคราะห์ข้อมูลภายใน

01202 วิเคราะห์ข้อมูลภายนอก

01203 วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน

01204 วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

10.10 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 6

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 จะมีความรู้เชิงทฤษฎีที่นำไปปรับใช้ป็นองค์ความรู้หรือนวัตกรรมในงานอาชีพเพื่อการพัฒนาระบบการทำงาน โดยใช้ทักษะในการบริหารจัดการกลยุทธ์และใช้องค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาทางซับซ้อนมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีความรู้เกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุง แก้ไข พัฒนารูปร่างหรืออุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามบริบทและสถานการณ์ปัจจุบัน มีความเข้าใจในข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายธุรกิจและข้อมูลภาพรวมทางด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถวิเคราะห์ กำหนดโจทย์และกลยุทธ์ทางธุรกิจ และสามารถกำหนดกลยุทธ์และวิธีการการประชาสัมพันธ์ได้ โดยนำข้อมูลที่วิเคราะห์เกี่ยวกับธุรกิจ โจทย์ และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ มาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติ

ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายสามารถต่อยอดการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ และนำเสนอช่องทางต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือหน่วยงาน สามารถแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยใช้องค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาระบบงาน ให้คำปรึกษาด้วยประสบการณ์หรือสาขางานที่มีความชำนาญ เป็นแบบอย่างหรือผู้นำด้านจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 ต้องได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ นักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 และปฏิบัติงานมาไม่น้อยกว่า 2 ปี มีผลงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ หรือ
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินไม่ต้องผ่านคุณวุฒิ นักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 แต่ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์หรือสื่อองค์กร ไม่น้อยกว่า 8 ปี มีผลงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ
3. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 6 ทั้ง 4 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น นักวางแผนเชิงกลยุทธ์ นักบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ นักวางแผนสื่อ นักวางแผนเนื้อหา บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

- 02101 กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
- 02102 กำหนดกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์
- 02103 กำหนดกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์
- 02104 กำหนดกลวิธีทางการประชาสัมพันธ์

10.11 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 5

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 มีความรู้เชิงทฤษฎีหรือหลักการที่ซับซ้อนเพื่อพัฒนาผลิตภาพการทำงาน สามารถจัดการแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงทั่วไป สามารถคิด วิเคราะห์ และประเมินได้ด้วยตนเอง มีความเป็นผู้นำ จัดการผลิตภาพการทำงาน ถ่ายทอดสอนงาน และกำกับดูแลผู้ร่วมงานให้บรรลุตามแผน โดยใช้ทักษะในการทำงานที่ต้องคิด วิเคราะห์ วางแผนเพื่อแก้ปัญหาที่ซับซ้อน และประเมินผลในการปฏิบัติงาน สามารถออกแบบแนวทางการประเมินผลทั้งก่อนการประชาสัมพันธ์ ระหว่างการประชาสัมพันธ์ และหลังการประชาสัมพันธ์โดยตั้งเกณฑ์ในรูปแบบที่เหมาะสม ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ รวมถึงติดตามประเด็นและผลของการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงสามารถกำหนดโจทย์และขอบเขตการวิจัยซึ่งเป็นประเด็นที่สงสัยและต้องการดำเนินการเพื่อหาคำตอบที่ถูกต้อง ตรงกับความเป็นจริง รวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิและปฐมภูมิ โดยใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์ การสำรวจ การสังเกต รวมทั้งการกรอกแบบสอบถาม รายงานและเอกสารต่าง ๆ และเป็นแบบอย่างหรือผู้นำด้านจริยธรรม

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีประสบการณ์ทำงานในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 5 ปี
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์

นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 5 ทั้ง 5 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น นักวิเคราะห์ข้อมูล บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องหรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิจำนวนวิชาชีพนี้)

- 02201 ออกแบบแนวทางการประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์
- 02202 ออกแบบแนวทางการประเมินผลระหว่างการประชาสัมพันธ์
- 02203 ออกแบบแนวทางการประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์
- 04301 กำหนดโจทย์และขอบเขตการวิจัยได้
- 04302 การรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย

10.12 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 มีความรู้เชิงทฤษฎีที่นำไปปรับใช้ป็นองค์ความรู้หรือนวัตกรรมในงานอาชีพเพื่อการพัฒนาระบบการทำงาน โดยใช้ทักษะในการบริหารจัดการกลยุทธ์และใช้องค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาทางซับซ้อนมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สามารถแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยใช้องค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาระบบงาน ให้คำปรึกษาดำเนินการหรือสาขาที่มีความชำนาญ สามารถประเมินผลทั้งก่อนการประชาสัมพันธ์ ระหว่างการประชาสัมพันธ์ และหลังการประชาสัมพันธ์ การประเมินผลกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะเน้นว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ได้ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่ มีปัญหาและอุปสรรคอะไรเกิดขึ้นบ้าง จุดมุ่งหมายของการประเมินผลแบบนี้ เพื่อเป็นการพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้นในอนาคต และจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอแนวทางในอนาคต ข้อเสนอแนะ การระบุงบหรือพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับองค์กรหรือหน่วยงาน และการดำเนินตามกระบวนการวิจัยอย่างถูกต้องเป็นแบบอย่างและผู้นำด้านจริยธรรม

การเลื่อนระดับคุณวุฒิจำนวนวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิจำนวนวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 ต้องได้รับการรับรองคุณวุฒิจำนวนวิชาชีพ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 และปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 2 ปี มีผลงานวิจัยเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 2 งาน หรือ
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินไม่ต้องผ่านคุณวุฒิจำนวนวิชาชีพ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร ไม่น้อยกว่า 8 ปี มีผลงานวิจัยเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 2 งาน
3. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิจำนวนวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 6 ทั้ง 5 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น นักวิเคราะห์ข้อมูล นักประเมินผล บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง

หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒिवิชาชีพนี้)

- 04101 ประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์
- 04102 ประเมินผลระหว่างการประชาสัมพันธ์
- 04103 ประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์
- 04203 นำเสนอแนวทางในอนาคต
- 04303 ดำเนินการวิจัย

10.13 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักบริหารการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 จะมีความรู้ในเชิงทฤษฎีที่อาจนำไปปรับใช้เป็นอย่างดีหรือนวัตกรรมในงานอาชีพเพื่อการพัฒนากระบวนการทำงาน โดยใช้ทักษะในการบริหารจัดการกลยุทธ์และใช้องค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหางานซับซ้อนมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีความรู้เกี่ยวกับนโยบายขององค์กร วัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กร สามารถจัดการเกี่ยวกับข้อมูลและประเด็นต่างๆ เพื่อนำมาเสนอแผนกระบวนการ การประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามนโยบายของผู้บริหารและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร สามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการ การประชาสัมพันธ์ รวมถึงสามารถวางแผนการจัดการปัญหาและจัดทำแผนเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับปัญหาวิกฤตได้อย่างทันท่วงที แก้ไขสถานการณ์ภาวะวิกฤตไม่ให้เกิดลุกลามสร้างความเสียหายและส่งผลกระทบต่อองค์กร โดยต้องสามารถตัดสินใจใช้วิธีการแก้ไขที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น สามารถแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีความซับซ้อนเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยใช้องค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อการพัฒนากระบวนการ ให้คำปรึกษาด้วยประสบการณ์หรือสาขางานที่มีความชำนาญ เป็นแบบอย่างหรือผู้นำด้านจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒिवิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒिवิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักบริหารการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 ต้องได้รับการรับรองคุณวุฒिवิชาชีพ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5 และปฏิบัติงานมาไม่น้อยกว่า 2 ปี มีผลงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ หรือ
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินไม่ต้องผ่านคุณวุฒิ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5 แต่ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านบริหารงานประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร ไม่น้อยกว่า 8 ปี มีผลงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ
3. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒिवิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักบริหารการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 6 ทั้ง 6 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น นักวางแผนเชิงกลยุทธ์ นักวางแผนเชิงนโยบาย นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ Crisis Management บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒिवิชาชีพนี้)

- 01102 วิเคราะห์นโยบายด้านการสื่อสาร
- 01103 สังเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร
- 01104 วิเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร
- 02101 กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

03604 วางแผนการจัดการปัญหา

03605 รับมือกับปัญหาวิกฤต

10.14 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักบริหารการประชาสัมพันธ์ ระดับ 7

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ ระดับ 7 จะมีความรู้ในการประเมินและวินิจฉัยปัญหาเพื่อพัฒนาองค์ความรู้หรือนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ โดยใช้ทักษะในการคิดอย่างเป็นระบบเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้หรือนวัตกรรม มีความรู้ในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปขององค์กร กำหนดโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อมอบหมายให้ผู้ปฏิบัติวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามความต้องการและกลยุทธ์ของผู้บริหารและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กรโดยใช้ทักษะการวิเคราะห์และตัดสินใจ มีความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าและความสำคัญของประเด็นการสื่อสาร และวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร สามารถวิเคราะห์และกำหนดโจทย์และจัดการประเด็นทางการสื่อสาร เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุง แก้ไข พัฒนาการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถแก้ปัญหาในบริบทที่มีความซับซ้อนและไม่สามารถคาดการณ์ได้ พัฒนาองค์ความรู้เพื่อนวัตกรรมใหม่ในงานอาชีพ และเป็นแบบอย่างหรือผู้นำด้านจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักบริหารการประชาสัมพันธ์ ระดับ 7 ต้องได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ นักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 หรือ นักบริหารการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 หรือ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 6 หรือ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 และปฏิบัติงานมาไม่น้อยกว่า 5 ปี มีผลงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 5 โครงการ หรือ
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินไม่ต้องผ่านคุณวุฒิ นักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 หรือ นักบริหารการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 หรือ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 6 หรือ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 แต่ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานด้านงานประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร ไม่น้อยกว่า 15 ปี มีผลงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 5 โครงการ
3. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักบริหารการประชาสัมพันธ์ ระดับ 7 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 7 ทั้ง 2 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น ผู้บริหารองค์กร ผู้บริหารด้านการประชาสัมพันธ์ นักวางแผนเชิงนโยบาย นักวิเคราะห์นโยบายและแผน นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

01101 กำหนดนโยบายด้านการสื่อสาร

01105 กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร

ตารางแผนผังแสดงหน้าที่

1. ตารางแสดงหน้าที่ 1

ประกาศใช้ ณ 23/06/2564

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

ความมุ่งหมายหลัก Key Purpose	บทบาทหลัก Key Roles		หน้าที่หลัก Key Function	
	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์เป็นมืออาชีพในระดับสากลด้วยนวัตกรรมการสื่อสารและรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน	01	กำหนดปัญหาและรวบรวมข้อมูลการประชาสัมพันธ์	011	วิเคราะห์ประเด็นการประชาสัมพันธ์
			012	วิเคราะห์ภาพรวมสภาพแวดล้อม
	02	วางแผนและกำหนดวิธีการประชาสัมพันธ์	021	วางแผนและกำหนดกลยุทธ์
			022	กำหนดแนวทางการประเมินผล
	03	ปฏิบัติตามแผนการประชาสัมพันธ์	031	จัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
			032	ติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
			033	งานสร้างสรรค์ ออกแบบ
			034	ผลิตสื่อ
			035	เผยแพร่สื่อและกิจกรรม
			036	บริหารประเด็นและแก้ปัญหาภาวะวิกฤต
	04	การประเมินผลการประชาสัมพันธ์	041	ประเมินผล
			042	เสนอแนะแนวทางในการปรับปรุง
			043	การวิจัยงานประชาสัมพันธ์

คำอธิบาย ตารางแผนผังแสดงหน้าที่เป็นแผนผังที่ใช้วิเคราะห์หน้าที่งานเพื่อให้ได้หน้าที่หลัก (Key Function)

2. ตารางแสดงหน้าที่ 1 (ต่อ)

ประกาศใช้ ณ 23/06/2564

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
011	วิเคราะห์ประเด็นการประชาสัมพันธ์	01101	กำหนดนโยบายด้านการสื่อสาร	01101.01	การศึกษาปัญหา
				01101.02	การกำหนดคุณค่าและความสำคัญของเป้าหมายในการกำหนดนโยบาย
				01101.03	การแสวงหาทางเลือกและการตัดสินใจ
		01102	วิเคราะห์นโยบายด้านการสื่อสาร	01102.01	ศึกษานโยบายขององค์กร
				01102.02	ตีความนโยบาย
				01102.03	สรุปและทบทวนสู่แผนปฏิบัติ
		01103	สังเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร	01103.01	สรุปนโยบายที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์
				01103.02	สรุปประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์
				01103.03	วางแผนปฏิบัติจากนโยบายและประเด็นยุทธศาสตร์
		01104	วิเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร	01104.01	การกำหนดวาระข่าวสาร
				01104.02	วิเคราะห์คุณค่าและความสำคัญของประเด็นการสื่อสาร
				01104.03	สรุปและทบทวนประเด็นข่าวสาร
		01105	กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร	01105.01	การกำหนดทิศทางการรับรู้ข่าวสารของคนในสังคม
				01105.02	การสร้างและปลูกกระแสประเด็นการสื่อสาร
				01105.03	การนำเสนอประเด็นการสื่อสารในภาพรวมให้เป็นเชิงนโยบายที่มีผลต่อสังคม
012	วิเคราะห์ภาพรวมสภาพแวดล้อม	01201	วิเคราะห์ข้อมูลภายใน	01201.01	รวบรวมข้อมูลด้านทรัพยากร
				01201.02	รวบรวมข้อมูลด้านโครงสร้างองค์กร
				01201.03	รวบรวมข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence			
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
012	วิเคราะห์ภาพรวมสภาพแวดล้อม	01201	วิเคราะห์ข้อมูลภายใน	01201.04	รวบรวมข้อมูลด้านชื่อเสียง		
				01201.05	รวบรวมข้อมูลด้านวัฒนธรรมองค์กร		
				01201.06	ตีความข้อมูล		
				01202	วิเคราะห์ข้อมูลภายนอก	01202.01	รวบรวมข้อมูลด้านโครงสร้างองค์กร
						01202.02	รวบรวมข้อมูลของสถานการณ์ในสังคม
						01202.03	รวบรวมข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ
		01202.04	ประมวลผลข้อมูลทางเทคโนโลยี				
		01202.05	ตีความข้อมูล				
		01203	วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน	01203.01	รวบรวมข้อมูลด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในขององค์กร		
				01203.02	ตีความข้อมูล		
				01203.03	สรุปและทบทวนสู่แผนปฏิบัติ		
		01204	วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก	01204.01	รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
				01204.02	ตีความข้อมูลที่ได้รับ		
				01204.03	สรุปข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก		
		021	วางแผนและกำหนดกลยุทธ์	02101	กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์	02101.01	กำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานที่มีความชัดเจน
						02101.02	กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่สามารถวัดผลได้
02101.03	กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่สามารถบรรลุผลได้						
02101.04	กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารให้เป็นจริงได้						
02101.05	กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารให้เหมาะสมกับช่วงเวลา						

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence	
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
021	วางแผนและกำหนดกลยุทธ์	02102	กำหนดกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์	02102.01	ระบุกลุ่มเป้าหมายหลัก
				02102.02	ระบุกลุ่มเป้าหมายรอง
				02102.03	ระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง
		02103	กำหนดกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์	02103.01	กำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร
				02103.02	กำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อ
				02103.03	กำหนดกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ
		02104	กำหนดค่วิธีทางการประชาสัมพันธ์	02104.01	กำหนดวิธีการประชาสัมพันธ์
				02104.02	กำหนดช่องทางและสื่อการประชาสัมพันธ์
				02104.03	กำหนดระยะเวลา
				02104.04	กำหนดทรัพยากร
				02104.05	กำหนดผู้รับผิดชอบ
		02105	กำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ออนไลน์	02105.01	กำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์
				02105.02	วางแผนการสื่อสารออนไลน์
				02105.03	สร้างกิจกรรมพิเศษให้ทันช่วงที่
		022	กำหนดแนวทางการประเมินผล	02201	ออกแบบแนวทางการประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์
02201.02	กำหนดความพึงพอใจที่มีต่อแผนงาน				
02201.03	กำหนดการประเมินผลแผนงาน				
02202	ออกแบบแนวทางการประเมินผลระหว่างการประชาสัมพันธ์			02202.01	ติดตามความก้าวหน้าของแผนงาน
				02202.02	สร้างแบบประเมินความก้าวหน้าด้านประสิทธิผล

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence	
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
022	กำหนดแนวทางการประเมินผล	02202	ออกแบบแนวทางการประเมินผลระหว่างการประชุมประชาสัมพันธ์	02202.03	สร้างแบบประเมินความเสี่ยง
		02203	ออกแบบแนวทางการประเมินผลหลังการประชุมประชาสัมพันธ์	02203.01	สร้างเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน
				02203.02	สร้างเกณฑ์การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสาร
02203.03	สร้างเกณฑ์ประเมินผลการตอบโต้แผนการประชาสัมพันธ์				
031	จัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	03101	กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	03101.01	กำหนดผู้มีส่วนได้เสียหลัก
				03101.02	กำหนดผู้มีส่วนได้เสียขั้นพื้นฐาน
				03101.03	กำหนดผู้มีส่วนได้เสียขั้นรอง
		03102	จัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	03102.01	ทำความเข้าใจสถานการณ์ของผู้มีส่วนได้เสียปัจจุบัน
				03102.02	วิเคราะห์สถานการณ์ของผู้มีส่วนได้เสียปัจจุบัน
				03102.03	จัดวางตำแหน่งผู้มีส่วนได้เสีย
		03103	กำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์	03103.01	วางกลยุทธ์ในการดำเนินงาน
				03103.02	จัดทำช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆได้
				03103.03	จัดทำช่องทางการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆได้
032	ติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	03201	ติดต่อสื่อสารกับลูกค้า	03201.01	ทำความเข้าใจกับกลุ่มลูกค้า
				03201.02	สอบถามความต้องการเชิงลึก
				03201.03	อธิบายรายละเอียดข้อมูลให้ชัดเจน
		03202	ติดต่อสื่อสารกับสื่อ	03202.01	วางแผนการติดต่อสื่อสารกับสื่อ
				03202.02	เฝ้าประโยชน์ด้านข้อมูลแก่สื่อ เพื่อการเข้าถึงได้ง่าย
				03202.03	จัดกิจกรรมรักษาความสัมพันธ์กับสื่อ

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence			
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
032	ติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	03203	ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	03203.01	ให้คำปรึกษาด้านการสื่อสารแก่ผู้บริหารระดับสูง		
				03203.02	ประสานงานเป็นสื่อกลางภายในองค์กร		
				03203.03	จัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในองค์กร		
		03204	ติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร	03204.01	สื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมาย		
				03204.02	สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในเชิงรุก		
				03204.03	รับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน		
033	งานสร้างสรรค์ ออกแบบ	03301	ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งาน	03301.01	ศึกษารายละเอียดของงาน		
				03301.02	หารือสมาชิกในทีมเพื่อออกแบบแนวคิดที่สร้างสรรค์		
				03301.03	ออกแบบ Theme & Concept ที่เหมาะสมกับการนำเสนอ Key Message		
		03302	จัดทำโครงร่างการผลิตสื่อ	03302.01	เข้าใจวัตถุประสงค์การผลิตสื่อ		
				03302.02	เข้าใจกลุ่มเป้าหมายการผลิตสื่อ		
				03302.03	กำหนดแนวคิดในการสื่อสาร		
				03302.04	ออกแบบเนื้อหา		
				03302.05	นำเสนอโครงร่าง		
		03303	ออกแบบสื่อดั้งเดิม	03303.01	เลือกประเภทของสื่อที่จะสื่อสาร		
				03303.02	ออกแบบสื่อตามวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอ		
		03304	ออกแบบสื่อใหม่	03304.01	เลือกประเภทของสื่อใหม่ที่จะทำการสื่อสาร		
				03304.02	ออกแบบสื่อใหม่ตามวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอ		
		034	ผลิตสื่อ	03401	ผลิตสื่อ	03401.01	กำหนดกรอบระยะเวลาในการผลิต

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence			
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
034	ผลิตสื่อ	03401	ผลิตสื่อ	03401.02	ผลิตสื่อดั้งเดิมตามการออกแบบ		
				03401.03	ผลิตสื่อใหม่ตามการออกแบบ		
				03401.04	แก้ไขการผลิตสื่อ		
		03402	ควบคุมการผลิตสื่อ	03402.01	ตรวจสอบขั้นตอนของกระบวนการผลิต		
				03402.02	ให้คำแนะนำ		
		03403	ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์	03403.01	ออกแบบการดำเนินกิจกรรม (การออกแบบตกแต่งสถานที่ การเขียนสคริป และการดำเนินการจัดงาน)		
				03403.02	การบริหารจัดการกิจกรรม		
				03403.03	การประชาสัมพันธ์กิจกรรม		
		03404	ตรวจสอบสื่อก่อนการเผยแพร่	03404.01	ตรวจสอบคุณภาพของสื่อ		
				03404.02	ให้คำแนะนำ		
		03405	ควบคุมงานสื่อสารออนไลน์	03405.01	วางแผนและควบคุมค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ ออนไลน์		
				03405.02	วางแผนการสื่อสารออนไลน์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย		
				03405.03	วิเคราะห์ช่วงเวลาและวิธีการในแต่ละแพลตฟอร์ม		
				03405.04	ดูแลการทำงานเผยแพร่สื่อออนไลน์ไม่ให้เกิดปัญหา		
		035	เผยแพร่สื่อและกิจกรรม	03501	ทดสอบเผยแพร่สื่อ	03501.01	เลือกกลุ่มเป้าหมาย
						03501.02	เลือกแนวทางทดสอบ
03501.03	เสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุง						
03502	เผยแพร่สื่อตามมอบหมาย			03502.01	เลือกกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะต่อการเผยแพร่		
				03502.02	การเลือกช่องทางการสื่อสาร		

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence			
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
035	เผยแพร่สื่อและกิจกรรม	03502	เผยแพร่สื่อตามมอบหมาย	03502.03	การวัดผลช่องทางการสื่อสาร		
		03503	เผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด	03503.01	เข้าใจขอบเขตงาน		
				03503.02	ตรวจสอบงาน		
		03504	ควบคุมงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรม	03504.01	ควบคุมงานตามขอบเขต		
				03504.02	สื่อสารตามขอบเขต		
				03504.03	ตรวจสอบตามขอบเขต		
		03505	ปฏิบัติงานสนับสนุนในงานกิจกรรม	03505.01	เตรียมความพร้อมก่อนกิจกรรม		
				03505.02	ประสานงาน		
				03505.03	ดำเนินกิจกรรม		
				03505.04	ตรวจสอบความเรียบร้อยหลังเสร็จกิจกรรม		
		03506	ควบคุมภาพรวมกิจกรรม	03506.01	ควบคุมงานตามขอบเขต		
				03506.02	สื่อสารตามขอบเขต		
				03506.03	ตรวจสอบตามขอบเขต		
		03507	ปฏิบัติงานสื่อสารออนไลน์	03507.01	ดึงข้อมูลจากระบบ		
				03507.02	วิเคราะห์สถานการณ์ในสังคมออนไลน์		
				03507.03	แผ่รังสีกระแสเชิงลบบนโลกโซเชียล		
				03507.04	ศึกษาเทคนิคใหม่		
		036	บริหารประเด็นและแก้ปัญหาภาวะวิกฤต	03601	เข้าใจสถานการณ์	03601.01	ทำความเข้าใจที่มาของปัญหา
						03601.02	รายงานสถานการณ์ของปัญหาทั้งหมด

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence			
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
036	บริหารประเด็นและแก้ปัญหาภาวะวิกฤต	03602	ประเมินสถานการณ์	03602.01	ประเมินระดับความรุนแรง		
				03602.02	จัดประเภทของปัญหา		
				03602.03	จัดประเภทของประเด็น		
				03602.04	วิเคราะห์ผลกระทบ		
		03603	จัดระดับความรุนแรง	03603.01	เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหา		
				03603.02	เรียงลำดับความยากง่ายในการแก้ไขปัญหา		
				03603.03	เรียงลำดับความสนใจและความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา		
				03603.04	เรียงลำดับการแก้ปัญหาทาก่อนและหลัง		
		03604	วางแผนการจัดการปัญหา	03604.01	กำหนดวัตถุประสงค์ของการวางแผน		
				03604.02	กำหนดกระบวนการวางแผน		
				03604.03	กำหนดทรัพยากร		
				03604.04	กำหนดระยะเวลาในการแก้ไขปัญหา		
				03604.05	จัดลำดับขั้นตอนความสัมพันธ์ของการดำเนินงาน		
				03604.06	กำหนดการใช้สื่อและกิจกรรมที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา		
				03604.07	กำหนดตัวชี้วัดในการประเมินแผน		
		03605	รับมือกับปัญหาวิกฤต	03605.01	วางแผนการรับมือกับภาวะวิกฤต		
				03605.02	ควบคุมสถานการณ์ภาวะวิกฤต		
				03605.03	เฝ้าระวังสถานการณ์ภาวะวิกฤต		
		041	ประเมินผล	04101	ประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์	04101.01	ประเมินความสำเร็จของแผนงาน

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence					
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย				
041	ประเมินผล	04101	ประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์	04101.02	ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อแผนงาน				
				04101.03	ประเมินการปฏิบัติงานขั้นต้น				
				04102	ประเมินผลระหว่างการประชาสัมพันธ์	04102.01	ติดตามความก้าวหน้าของการทำงาน		
						04102.02	ติดตามความก้าวหน้าด้านประสิทธิผล		
						04102.03	ประเมินความเสี่ยงอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการประชาสัมพันธ์		
				04103	ประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์	04103.01	ประเมินความสำเร็จ/ความล้มเหลวของแผนงาน		
		04103.02	วัดผลสื่อ						
		04103.03	ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสาร						
		04103.04	การประเมินผลการตอบรับต่อปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์						
		042	เสนอแนะแนวทางในการปรับปรุง			04201	สร้างฐานข้อมูล	04201.01	รวบรวมข้อมูล
								04201.02	เชื่อมโยงข้อมูล
				04201.03	จัดเก็บข้อมูล				
04202	ต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			04202.01	เข้าใจกระบวนการต่อยอดความสัมพันธ์				
				04202.02	วิเคราะห์ช่องทางต่อยอดความสัมพันธ์				
04203	นำเสนอแนวทางในอนาคต			04203.01	วางแผนแนวทางการประชาสัมพันธ์				
				04203.02	นำเสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์				
				04203.03	สรุปแนวทางการประชาสัมพันธ์				
043	การวิจัยงานประชาสัมพันธ์			04301	กำหนดโจทย์และขอบเขตการวิจัยได้	04301.01	กำหนดปัญหาที่จะดำเนินการวิจัย		
						04301.02	กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย		

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence	
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
043	การวิจัยงานประชาสัมพันธ์	04301	กำหนดโจทย์และขอบเขตการวิจัยได้	04301.03	กำหนดกรอบแนวคิดและตั้งสมมติฐาน นิยามศัพท์
		04302	การรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย	04302.01	รวบรวมข้อมูลพื้นฐานทางทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ
				04302.02	รวบรวมข้อมูลสถานภาพทางการวิจัย
				04302.03	รวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างแนวทางการวิจัยที่เหมาะสม
		04303	ดำเนินการวิจัย	04303.01	ออกแบบวิธีการวิจัย
				04303.02	เลือกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
				04303.03	วิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล
				04303.04	สรุปผลและข้อเสนอแนะ

คำอธิบาย

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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 01101
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดนโยบายด้านการสื่อสาร
3. ทบทวนครั้งที่ N/A / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถกำหนดนโยบายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปขององค์กร กำหนดโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์และตีความ เพื่อมอบหมายให้ผู้ปฏิบัติวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามความต้องการและกลยุทธ์ของผู้บริหารและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
01101.01 การศึกษาปัญหา	1. ค้นคว้าศึกษาปัญหา 2. รวบรวมข้อมูลของปัญหา 3. จำแนกและระบุปัญหา 4. วิจัยและวิเคราะห์ปัญหา	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
01101.02 การกำหนดคุณค่าและความสำคัญของเป้าหมายในการกำหนดนโยบาย	1. จัดลำดับคุณค่าและความสำคัญของเป้าหมาย 2. ระบุเป้าหมายที่ต้องการบรรลุผล 3. ยกร่างนโยบายขั้นต้น 4. พัฒนาและกำหนดโครงสร้างนโยบาย	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
01101.03 การแสวงหาทางเลือกและการตัดสินใจ	1. สร้างการมีส่วนร่วมและการเสนอความคิดเห็นริเริ่มเกี่ยวกับทางเลือก 2. เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือก 3. การตัดสินใจเลือกสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
2. การจินตนาการ
3. ทักษะด้านการสื่อสาร
4. ทักษะการคิดเชื่อมโยง
5. ทักษะการวิเคราะห์และตัดสินใจ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์
2. ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการกำหนดนโยบาย
3. ความรู้เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้
- (ง) วิธีการประเมิน
1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
 2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดนโยบายด้านการสื่อสาร โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และทักษะในการศึกษาปัญหาของการสื่อสารและสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน การกำหนดคุณค่าและความสำคัญของเป้าหมายในการกำหนดนโยบาย รวมถึงการแสวงหาทางเลือกและการตัดสินใจ เพื่อการกำหนดนโยบายที่จำเป็นและสำคัญต่อการสื่อสารขององค์กร

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การกำหนดนโยบาย

เป็นขั้นตอนแรกของการกำหนดปัญหาและรวบรวมข้อมูลการประชาสัมพันธ์โดยมีจุดเริ่มต้นด้วยการระบุประเด็นปัญหาการประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารองค์กรให้ชัดเจน เพื่อให้มั่นใจว่าปัญหาเหล่านี้เป็นปัญหาขององค์กรในแง่ภูมิใด ถ้าไม่แก้ไขจะเกิดผลกระทบอะไรบ้าง เมื่อกำหนดนโยบายด้านการสื่อสาร ผลกระทบที่จะเกิดจากการแก้ไขปัญหาคือจะเป็นไปตามที่คาดหวังหรือไม่และใครจะเป็นผู้รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ปรากฏผล การดำเนินการดังกล่าวจะต้องใช้ทรัพยากรอะไรบ้าง โดยผู้กำหนดนโยบายจะต้องมั่นใจว่าการแก้ไขปัญหาคือทำให้เกิดผลประโยชน์ทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง คู่ต่อการลงทุนขององค์กร การจัดทำทางเลือกนโยบาย จะต้องคำนึงถึงคุณลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ การมีจินตนาการ การสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ทางเลือกนโยบายที่ดีควรเริ่มจากการมีจินตนาการในการแก้ปัญหาสาธารณะเพื่อให้เกิดสังคมที่ดี และนำไปสู่การสร้างสรรค์ โดยการคิดค้นทางเลือกใหม่ๆ ให้ปรากฏเป็นจริง แล้วนำทางเลือกที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ไปใช้ประโยชน์ โดยทำให้การแก้ไขปัญหามีผลสำเร็จทั้งนี้จะต้องคำนึงอยู่เสมอว่าทางเลือกนโยบายที่มีลักษณะสร้างสรรค์ดังกล่าวจะต้องมีความเป็นไปได้ทั้งทางการเมืองและการนำไปปฏิบัติให้ปรากฏเป็นจริง ซึ่งคุณลักษณะของทางเลือกนโยบายที่ดีควรประกอบด้วย

- (1) ความครอบคลุมประเด็นปัญหา นโยบาย

(2) ความสอดคล้องกับค่านิยมทางสังคม

(3) ความชัดเจนและความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ

(4) ความสมเหตุสมผล

(5) ความสอดคล้องกับทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้

(6) ความสอดคล้องทางสภาพแวดล้อม

(7) การกำหนดกรอบเวลาที่เหมาะสม

ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวจะส่งเสริมให้การพัฒนา นโยบายและการนำเอา นโยบายไปปฏิบัติบรรลุเป้าประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 01102
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วิเคราะห์นโยบายด้านการสื่อสาร
3. ทบทวนครั้งที่ N/A / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนโยบายขององค์กร โฆษณ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามนโยบายของผู้บริหารและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
01102.01 ศึกษาเนื้อหาขององค์กร	1. จำแนกลักษณะนโยบาย 2. ระบุแหล่งที่มาของนโยบาย 3. กลั่นกรองประเด็นนโยบาย	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
01102.02 ตีความนโยบาย	1. นิยามประเด็นนโยบาย 2. จัดลำดับความสำคัญของนโยบาย 3. พยากรณ์ทางเลือก 4. วิเคราะห์ทางเลือก	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
01102.03 สรุปและทบทวนสู่แผนปฏิบัติ	1. กำกับและทบทวน 2. ดำรงรักษาโยบาย หรือยกเลิกนโยบาย 3. นำนโยบายไปวางแผนปฏิบัติ	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการค้นคว้า การหาแหล่งข้อมูล
2. ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้ด้านนโยบายองค์กรและนโยบายการสื่อสารประชาสัมพันธ์
2. ความรู้เกี่ยวกับการจัดแบ่งประเภทนโยบาย
3. ความรู้การสรุปความและประเด็นสำคัญ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการวิเคราะห์นโยบายด้านการสื่อสาร โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และทักษะในการวิเคราะห์นโยบาย ความต้องการข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการสื่อสารองค์กร การประเมินนโยบายด้านการสื่อสารที่มีอยู่ในธุรกิจ สามารถอธิบายช่องทางการศึกษา นโยบาย ทัศนคติ นโยบาย รวมถึงสรุปนโยบายเพื่อจัดทำเป็นแผนปฏิบัติ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การวิเคราะห์นโยบาย (Policy Analysis)

เป็นกระบวนการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ทางเลือกของนโยบายที่สามารถนำมาดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาได้

เมื่อได้ทางเลือกของนโยบายมาจำนวนหนึ่งแล้ว จึงใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจ เช่น ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล เพื่อตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

เมื่อได้ทางเลือกที่ดีที่สุดมาจำนวนหนึ่ง จึงส่งทางเลือกนโยบายเหล่านั้นไปยังผู้มีอำนาจในการตัดสินใจสำหรับการแก้ไขปัญหา

ในการจะวิเคราะห์นโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนเพื่อให้สามารถทราบปัญหาหรือความต้องการที่แท้จริงของสถานการณ์ปัจจุบัน

ข้อมูลเหล่านี้อาจมาจากงานวิจัยภายในประเทศ งานวิจัยของต่างประเทศ หรืออาจต้องมีการทำการวิจัยใหม่ก็ได้ แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์

เพื่อใช้ในการทำนายผลที่จะตามมาจากการเลือกดำเนินการในแต่ละนโยบาย ขั้นตอนในการวิเคราะห์นโยบาย ประกอบไปด้วย 8 ขั้นตอน ดังนี้

1. มองเห็นปัญหา และนิยามว่าปัญหานั้นคืออะไร ในขั้นตอนนี้ควรที่จะมองไปยังสถานการณ์ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัว ดูว่ามีอะไรที่มันน้อยเกินไป (deficits) มีอะไรที่มีมากเกินไป (excesses) ซึ่งปัญหาที่เราจะบุนั้นจะต้องสามารถประเมินค่าได้ และยิ่งถ้าประเมินเป็นเชิงปริมาณได้จะยิ่งดี
2. การหาข้อมูล (evidence) ที่เกี่ยวข้องกับปัญหา ในขั้นตอนนี้เราจำเป็นต้องทำการศึกษาค้นคว้าเพื่อให้ทราบว่าข้อมูลใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับปัญหา และสามารถสะท้อนปัญหานั้นได้อย่างชัดเจน การจะเก็บรวบรวมข้อมูลเหล่านั้นจะต้องทำอย่างไร แหล่งข้อมูลอยู่ที่ไหน แล้วจึงรีบดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างรวดเร็วและครบถ้วนมากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้
3. สร้างทางเลือกของนโยบาย ในขั้นตอนนี้เราจะเริ่มคิดถึงทางเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหมดที่จะนำมาใช้แก้ไขปัญหาที่เราจะบุนั้น แล้วจึงทำการลดทางเลือกที่ดูแล้วไม่น่าสนใจออกไปส่วนหนึ่ง
4. การเลือกเกณฑ์ที่จะใช้ในการตัดสินใจที่เหมาะสมกับนโยบายประเภทนั้น
ในขั้นตอนนี้เราจะต้องมองหาเกณฑ์ที่สามารถใช้ในการประเมินผลลัพธ์ที่เกิดจากการเลือกทางเลือกนั้น ซึ่งจะเลือกใช้เกณฑ์ไหนนั้นก็ขึ้นอยู่กับภาระปัญหาของเรา

โดยทั่วไปมักเลือกใช้เกณฑ์ประสิทธิภาพ ความเท่าเทียม ความเสมอภาค ความยุติธรรม เสรีภาพ ชุมชน เป็นต้น ในกรณีที่ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจหลายเกณฑ์ อาจจะเป็นที่จะต้องให้น้ำหนักกับแต่ละเกณฑ์ด้วย เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในกรณีที่เกิดความขัดแย้งระหว่างเกณฑ์ที่เลือกใช้

5. ดูว่าเมื่อพิจารณาตามเกณฑ์แต่ละทางเลือกแล้ว ผลจะออกมาอย่างไร ในขั้นตอนนี้เราจะต้องสร้างแบบจำลองที่ทำให้เราสามารถคาดการณ์ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น ประกอบกับการใช้หลักฐานเชิงประจักษ์เข้ามาประกอบ จึงจะทำให้เราสามารถคาดการณ์ผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือกได้
6. เปรียบเทียบผลของแต่ละทางเลือก ในขั้นตอนนี้จำเป็นต้องมีการ Trade-offs คือ ชั่งน้ำหนักระหว่างผลได้กับผลเสียจากแต่ละทางเลือก เนื่องจากว่าไม่มีทางเลือกใดที่ดีที่สุด แต่ละทางเลือกมักจะมีทั้งข้อดีข้อเสีย การจะชั่งน้ำหนักได้จำเป็นต้องมีการคาดการณ์ผลลัพธ์ที่ติดก่อน
7. ตัดสินใจเลือกทางเลือก
8. ประกาศทางเลือกที่ตัดสินใจเลือกออกไปให้สาธารณชนรับรู้อย่างทั่วถึง ผ่านทางช่องทางที่เหมาะสม และด้วยข้อความที่ทำให้คนทั่วไปสามารถเข้าใจถูกต้องอย่างง่ายที่สุด

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

N/A

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 01103
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ สังเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

- ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์
- ISCO 2423 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านงานบุคคลและอาชีพ
- ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถสังเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนโยบายขององค์กร โจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถจัดการเกี่ยวกับข้อมูลและประเด็นต่างๆ เพื่อนำมาเสนอแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามนโยบายของผู้บริหารและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
01103.01 สรุปนโยบายที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์	1. ระบุนโยบายจากผู้บริหารที่มาปรับใช้ภายในองค์กรได้ 2. ระบุนโยบายจากผู้บริหารที่นำปรับใช้ในการรักษาความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3. ระบุนโยบายจากผู้บริหารเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรได้	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
01103.02 สรุปประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์	1. ระบุประเด็นยุทธศาสตร์ที่นำมาปรับใช้ในองค์กรได้ 2. ระบุประเด็นที่ปรับใช้ในการรักษาความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ 3. ระบุประเด็นที่เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรได้	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
01103.03 วางแผนปฏิบัติจากนโยบายและประเด็นยุทธศาสตร์	1. ตีความนโยบายนำมาปรับใช้สู่แผนปฏิบัติ 2. จำแนกประเด็นและงานให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องรับผิดชอบ 3. จัดทำกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับนโยบาย 4. มอบหมายงานและ Key Message จากนโยบายให้ตรงกับผู้รับผิดชอบได้	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการตีความ
2. ทักษะการสื่อสาร
3. ทักษะการบริหารจัดการ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในองค์กรและนอกองค์กร
2. ความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์
3. ความรู้เรื่องการจัดการความรู้

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการสังเคราะห์ประเด็นด้านการสื่อสาร โดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการสังเคราะห์ประเด็นด้านการสื่อสาร โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการรวบรวมข้อมูลหรือประเด็นต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม ประเด็นที่เป็นจุดเปลี่ยนสำหรับการประชาสัมพันธ์ แนวโน้มประเด็นในสังคมที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม การใช้งานเครือข่ายสังคมและแหล่งข้อมูลแบบเปิดให้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การนำนโยบายลงสู่การปฏิบัติ หรือการถ่ายทอดนโยบายสู่การปฏิบัติถือเป็นขั้นตอนย่อยหนึ่งของขั้นตอนหลักเรื่อง การนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นสิ่งสำคัญในการผลักดันให้นโยบายได้รับการรับรู้ เข้าใจ ยอมรับและสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้ปฏิบัติตามนโยบายและผู้ได้รับ การรับรู้ เข้าใจ ยอมรับและสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้ปฏิบัติตามนโยบายและผู้ได้รับผลจากนโยบาย อันจะเป็นเครื่องมือที่ทำให้นโยบายประสบความสำเร็จในที่สุด

ในการนำนโยบายสู่การปฏิบัติ ผู้มอบและผู้รับนโยบายจะต้องมีความชัดเจนเรื่ององค์ประกอบของนโยบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้รับนโยบายจะต้องเข้าใจและสามารถแปลความหมายของนโยบายได้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้เนื่องจากโดยทั่วไปนโยบายอาจจะมีลักษณะที่ขาดความชัดเจนในตัวเองอยู่บ้าง กล่าวคือ นโยบายส่วนหนึ่งมีลักษณะเป็นเชิงอุดมการณ์ นโยบายบางครั้งที่ผู้กำหนดทำให้มีความชัดเจนมากขึ้น คือมีลักษณะเป็นเชิงทางเลือก และนโยบายที่ดีจะมีความชัดเจนถึงขั้นที่บอกแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนด้วย คือมีลักษณะเป็นเชิงมาตรการ ในเรื่ององค์ประกอบของนโยบายนี้จะช่วยให้ผู้กำหนดนโยบายหรือผู้มอบนโยบายตระหนักถึงความชัดเจนในนโยบาย ที่ตนกำหนดขึ้น อันจะทำให้ผู้รับนโยบายเกิดความเข้าใจชัดเจนต่อการรับนำไปตีความและจัดทำเป็น นโยบายรอง และแผนปฏิบัติการขึ้นในขณะเดียวกันก็จะช่วยให้ผู้รับนโยบายสามารถแยกแยะส่วนสำคัญของนโยบายและแปลความหมายได้ถูกต้องชัดเจนง่ายขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายใหญ่ให้เป็นนโยบายย่อยก็ตี การแปลงนโยบายให้เป็นแผนปฏิบัติการที่ดีจะต้องจัดวัตถุประสงค์แนวทางดำเนินการและกลไกให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน

1. ระดับของนโยบาย

โดยทั่วไปนโยบายมักมีหลายระดับ ลดหลั่นกันไปตามระดับการบังคับบัญชารับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การนำนโยบายลงสู่การปฏิบัติจึงต้องมีการจัดระดับของนโยบายตามแนวดิ่งและแบ่งซอยขอบเขตของนโยบาย ลดหลั่นตามความรับผิดชอบของระดับหน่วยงานดังกล่าวด้วยการแบ่งโดยอาจแบ่งซอยขอบเขตของนโยบายตามกลุ่มเป้าหมาย พื้นที่ เนื้อหาสาระ หรือวิธีอื่น ๆ ก็ได้ ในการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัตินี้ ผู้มอบและผู้รับนโยบายจะต้องมีความชัดเจนเรื่ององค์ประกอบของนโยบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้รับนโยบายจะต้องเข้าใจและสามารถแปลความหมายของนโยบายได้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้เนื่องจากนโยบายอาจมีลักษณะที่ขาดความชัดเจนในตัวเองอยู่บ้าง กล่าวคือนโยบายส่วนหนึ่งมีลักษณะเป็นเชิงอุดมการณ์ แต่ในบางครั้งผู้กำหนดนโยบาย ทำให้มีความชัดเจนมากขึ้น คือมีลักษณะเป็นเชิงทางเลือก นโยบายที่ดีจะมีความชัดเจนถึงขั้นที่บอกแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนด้วย คือมีลักษณะเป็นเชิงมาตรการ อันจะทำให้ผู้รับนโยบายเกิดความเข้าใจชัดเจนต่อการนำไปสู่ความและจัดทำเป็นนโยบายรอง และแผนปฏิบัติง่ายขึ้น ในขณะเดียวกันก็จะช่วยให้ผู้รับนโยบายสามารถแยกแยะส่วนสำคัญของนโยบายและแปลความหมายได้ถูกต้องชัดเจนง่ายขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายใหญ่ให้เป็นนโยบายย่อยก็ดี การแปลงนโยบายให้เป็นแผนปฏิบัติก็ดี จำเป็นต้องจัดวัตถุประสงค์ แนวทางดำเนินการและกลไกให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน โดยสรุปแล้วจะเห็นว่า นโยบายมีหลายระดับตามระดับการบังคับบัญชา ผู้ปฏิบัติงานต้องมีความเข้าใจและสามารถแปลความหมายของนโยบายได้ว่า สิ่งใดเป็นนโยบายหลัก สิ่งใดเป็นนโยบายรอง และสามารถดำเนินการตามกลยุทธ์ให้สอดคล้องซึ่งกันและกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด

2. ขั้นตอนการดำเนินการนำนโยบายสู่การปฏิบัติ

ในการนำนโยบายสู่การปฏิบัติ ผู้รับนโยบายระดับกลางโดยทั่วไปจะทำหน้าที่ 2 ส่วนคือ 1) นำนโยบายมาจัดทำเป็นแผนสำหรับหน่วยงานของตนเองเป็นผู้ปฏิบัติ และ 2) กำหนดนโยบายหรือแผนให้หน่วยงานระดับล่างลงไปปฏิบัติ ส่วนผู้ปฏิบัติระดับล่างจะทำหน้าที่อย่างใดอย่างหนึ่งหรือ ทั้ง 2 อย่างต่อไปนี้คือ 1) นำนโยบายจากหน่วยเหนือมาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติ และ 2) รับแผนของหน่วยเหนือมาปฏิบัติ ซึ่งอาจจะต้องมีการจัดทำแผนปฏิบัติการขึ้นด้วยก็ได้ ดังนั้นผู้รับมอบนโยบายจึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายและแผน และสามารถแปลความหมายของนโยบายแล้วเชื่อมโยงมาสู่การทำแผนให้ได้ ในการแปลงนโยบายลงสู่การปฏิบัติอาจจะมีการกำหนดนโยบายย่อย หรือนโยบายรองให้หน่วยงานระดับล่างลงไปดำเนินการ แต่ในท้ายที่สุดจำเป็นต้องมีแผนเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติ

การนำนโยบายสู่การปฏิบัติจึงมีกิจกรรมอย่างน้อย 4 เรื่องคือ

- (1) การตีความวัตถุประสงค์ในนโยบาย แล้ววิเคราะห์แยกแยะเป็นวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายย่อยๆ ลงไปเพื่อให้เป้าหมายย่อยเหล่านั้นมีความชัดเจน ปฏิบัติได้ และทุกเป้าหมายที่กำหนดนั้นต่างมุ่งตอบสนองวัตถุประสงค์ของนโยบาย
- (2) การขยายความเรื่องแนวทางการบรรลุวัตถุประสงค์ในนโยบาย เพื่อเห็นวิธีการปฏิบัติได้ซึ่งแนวทางเหล่านั้นตอบสนองเป้าหมายของแผนและสอดคล้องกับแนวทางในนโยบายด้วย
- (3) การแปลความหมายในส่วนกลไกของนโยบายออกมาในรูปที่เป็นเครื่องมือและทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้ ทั้งนี้ตามวิธีการที่กำหนดไว้ในแผน ว่าต้องมีอะไรบ้าง จำนวนเท่าใดและคุณภาพอย่างไร
- (4) การจัดหาความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของแผน วิธีการปฏิบัติและทรัพยากรที่ใช้ให้ประสาน สอดคล้องกันในลักษณะการคาดการณ์ในอนาคต ซึ่งมีทรัพยากร เวลาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยนั่นเอง

ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องทราบถึงขั้นตอนและปัจจัยที่จะต้องพิจารณาในกระบวนการจะทำให้การนำนโยบายลงสู่การปฏิบัติได้ผลดี ขั้นตอนดังกล่าวอาจกำหนดตามลำดับดังนี้

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์นโยบายของหน่วยเหนือ เพื่อให้สามารถตีความวัตถุประสงค์ แนวทาง และกลไกของนโยบายได้ถูกต้องชัดเจน จำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์ถึงนโยบายของหน่วยเหนือที่กำหนดมาตรการวิเคราะห์ที่อาจจำเป็นต้องศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของนโยบายนั้น แนวความคิดที่อยู่เบื้องหลังของนโยบาย ลักษณะและกระบวนการก่อเกิดของนโยบายการเข้ามามีบทบาทของกลุ่มสถาบัน หรือผู้นำในการกำหนดนโยบาย ผลของการนำนโยบายนั้นไปปฏิบัติที่ผ่านมา ตลอดจนการปรับเปลี่ยนพัฒนาไปมาทั้งนี้เพื่อเป็นการช่วยให้สามารถตีความหมาย แยกแยะ คาดการณ์ และขยายความ วัตถุประสงค์ แนวทาง และกลไกของนโยบายดังกล่าวได้ถูกต้อง ลึกซึ้ง ยิ่งขึ้น

ขั้นที่ 2 วิเคราะห์นโยบายและแผนของหน่วยงานปฏิบัติ ผู้นำนโยบายของหน่วยเหนือ จำเป็นต้องทราบว่านโยบายนั้นเป็นนโยบายเก่าหรือใหม่ แต่มีการปรับเปลี่ยนจากนโยบายเดิม และนโยบายนั้นได้มีการถ่ายทอดลงเป็นนโยบายหรือแผนของหน่วยงานที่ตนเองรับผิดชอบแล้วอย่างไร ทั้งนี้เพื่อจะได้นำนโยบายและแผนนั้นมาวิเคราะห์โดยใช้แนวทางเดียวกันกับการวิเคราะห์นโยบายของหน่วยเหนือแต่จะสามารถวิเคราะห์ได้ละเอียดลึกซึ้งกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านปัญหาการปฏิบัติและผลของการนำมาปฏิบัติเพื่อจะนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ประกอบในการวางแผนต่อไป

ขั้นที่ 3 วิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือพื้นที่ที่รับผิดชอบนอกจากนโยบายของหน่วยเหนือ นโยบายและแผนในเรื่องนั้นๆ ของหน่วยงานตัวเองแล้ว

ผู้รับนโยบายก่อนจะจัดทำแผนต่อไปจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของประชากรกลุ่มเป้าหมายหรือปัญหาของพื้นที่รับผิดชอบเป็นการเฉพาะด้าน กล่าวคือ หากหน่วยงานที่ผู้รับนโยบายเป็นระดับอำเภอ ผู้รับนโยบายจำเป็นต้องนำข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในนโยบายนั้นมาพิจารณา หากยังไม่มีการกำหนดก็จำเป็นต้องเก็บรวบรวมเพิ่มเติม โดยกำหนดกรอบเพื่อให้เป็นแนวทางในการรวบรวมวิเคราะห์ให้ตรงกับประเด็นหลักที่ต้องการ ในการวิเคราะห์อาจแยกแยะให้เห็นสภาพปัญหาและความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มต่างๆ หรือแยกแยะตามพื้นที่ทั้ง 2 ด้าน ทั้งนี้เพื่อให้เห็นระดับของสภาพที่เป็นอยู่ปัจจุบันและช่องว่างระหว่างเป้าหมายของนโยบายที่หน่วยเหนือต้องการ อันจะนำไปสู่การกำหนดเป้าสำเร็จและความเป็นไปได้ของเป้าหมายที่จะตั้งขึ้นตลอดจนวิธีปฏิบัติและทรัพยากรที่จะต้องใช้

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ศักยภาพของหน่วยงาน ในการวางแผนเพื่อตอบสนองนโยบายนั้น จำเป็นต้องมีการจำแนกเป้าสำเร็จ แนวทางปฏิบัติและทรัพยากรที่ใช้ของแต่ละหน่วยงานที่รับแผนไปปฏิบัติ

ทั้งนี้เพราะแต่ละหน่วยงานนอกจากจะมีปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่อาจแตกต่างกันไปแล้ว ยังมีศักยภาพและความพร้อมที่แตกต่างกันไปด้วย ศักยภาพและความพร้อมที่จะปฏิบัติตามนโยบาย ความสามารถที่จะปฏิบัติตามนโยบายให้บรรลุผลสำเร็จ ซึ่งโดยทั่วไปพิจารณาได้จากปัจจัย 3 ด้านคือ

1. ปัจจัยด้านโครงสร้างของหน่วยงาน คือการที่หน่วยงานมีโครงสร้างเล็ก ใหญ่ ขนาดใด การจัดหน่วยงาน บทบาท ภารกิจกว้าง แคบเพียงใด ตลอดจนมีการจัดตั้งเก่า ใหม่ อย่างไร โครงสร้างหน่วยงานจะเป็นศักยภาพพื้นฐานที่ช่วยให้หน่วยงานสามารถจะรับนโยบายมาปฏิบัติได้กว้าง แคบแค่ไหน
2. ปัจจัยความพร้อมด้านทรัพยากร คือการที่หน่วยงานมีอัตรากำลังคน เครื่องมือ เครื่องใช้ ตลอดจนงบประมาณเพียงพอ แคไหนสำหรับการรับนโยบายมาปฏิบัติกันเอง
3. ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการจัดการ คือ ความสามารถหรือสมรรถนะของหน่วยงาน งานด้านการจัดการให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการดำเนินงาน ให้บรรลุเป้าหมายสำเร็จของนโยบายนั่นเอง หน่วยงานบางแห่งมีทรัพยากรมาก แต่อาจขาดประสิทธิภาพการจัดการ แต่บางหน่วยงานมีประสิทธิภาพในการนำนโยบายไปปฏิบัติได้สูงทั้งๆที่มีทรัพยากรจำกัด ปัจจัยทั้ง 3 ด้านนี้จะต้องนำมาพิจารณาประกอบกัน เพื่อประเมินศักยภาพความพร้อมโดยรวมของหน่วยงานที่จะรับนโยบายมาปฏิบัติ และใช้ในการกำหนดเป้าสำเร็จ และแนวทางปฏิบัติของแผนด้วย

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของหน่วยงาน ในการวางแผนเพื่อตอบสนองนโยบายใดก็ตาม จำเป็นต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย

ขั้นที่ 6 กำหนดเป้าสำเร็จ ในการวางแผนสนองนโยบายใดๆ เมื่อวิเคราะห์เป้าสำเร็จที่ต้องการของนโยบาย ปัญหาความต้องการ

และศักยภาพของหน่วยรับนโยบายแล้ว จึงนำเอาผลการวิเคราะห์ในข้อต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นมากำหนดเป้าสำเร็จ

โดยแยกเป็นเป้าสำเร็จรวมและเป้าสำเร็จย่อยซึ่งอาจแบ่งกลุ่มพื้นที่หรือกลุ่มเป้าหมายก็ได้ ทั้งนี้การกำหนดเป้าสำเร็จจะต้องคำนึงถึง 1) ความเป็นไปได้ที่จะบรรลุ (obtainable) 2) สามารถวัดได้ (measurable) และ 3) ทำทายเป็นที่ยากทำงานบรรลุเป้าสำเร็จ (challenging)

ขั้นที่ 7 กำหนดวิธีปฏิบัติและทรัพยากรที่ใช้ เมื่อสามารถกำหนดเป้าสำเร็จได้เหมาะสมแล้ว มีการตรวจสอบความเป็นไปได้แล้ว

ผู้รับนโยบายจำเป็นต้องแปลงและดำเนินการในนโยบายให้ออกมาเป็นวิธีปฏิบัติ และวิธีปฏิบัตินั้นจะต้องมุ่งให้บรรลุเป้าสำเร็จของนโยบายและแผน เพื่อให้สอดคล้องกับแนวดำเนินการในนโยบายด้วย

ขั้นที่ 8 กำหนดองค์กรปฏิบัติ ในการรับนโยบายมาปฏิบัติในแต่ละเรื่องอาจใช้องค์กรประจำหน่วยงานที่มีอยู่แล้วก็ได้ หรือบางครั้งนโยบายบางเรื่องต้องการหน่วยงานที่มีลักษณะเฉพาะพิเศษต่างจากหน่วยงานเดิมก็ได้

ขั้นที่ 9 กำหนดวิธีการจัดการ เพื่อให้หน่วยงานล่างสามารถรับแผนหรือนโยบายไปปฏิบัติได้ชัดเจน จึงจำเป็นต้องกำหนดวิธีการจัดการคือการจำแนกกิจกรรมต่างๆ และทรัพยากรที่ใช้ให้สัมพันธ์กันกับเป้าสำเร็จที่ต้องการบรรลุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสร้างระบบอำนวยความสะดวกให้เกิดขึ้นด้วย เช่น มีระเบียบแนวทางปฏิบัติให้ให้มีการตัดสินใจได้ในระดับหนึ่ง เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการจัดการ และการปรับเปลี่ยนเป้าสำเร็จ วิธีดำเนินการ ตลอดจนการใช้ทรัพยากรเพื่อให้กิจกรรมเข้ากับสภาพความเป็นจริงของผู้ปฏิบัติกันเอง และจะต้องไม่ลืมว่ามีวิธีการในแต่ละระดับของหน่วยงานแตกต่างกันอย่างไรด้วย

ขั้นที่ 10 กำหนดแนววิธีการควบคุมการบรรลุเป้าสำเร็จ ในการกำหนดเป้าสำเร็จและวิธีการใช้ทรัพยากรต่างๆ โดยธรรมชาติการทำงานทั่วไปมีแนวโน้มที่จะใช้ทรัพยากรมาก บรรลุเป้าสำเร็จต่ำ ดังนั้นในการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติจึงจะต้องมีการควบคุมให้ใช้ทรัพยากรน้อย แต่ได้เป้าสำเร็จสูง การควบคุมดังกล่าวจึงอาจเป็นมาตรฐานเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ ซึ่งมีข้อบ่งชี้กว้างในทางการจัดการ อาจมีหลายลักษณะ ได้แก่ การรายงาน การติดตาม การนิเทศ และการประเมินผล ซึ่งถ้าหากจะให้เกิด ความชัดเจนแก่ผู้ปฏิบัติก็ควรกำหนดเกณฑ์ชี้วัดความสำเร็จไว้ให้ชัดเจน

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 01104
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วิเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าและความสำคัญของประเด็นการสื่อสาร และวัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้ สามารถวิเคราะห์และกำหนดโจทย์และจัดการประเด็นทางการสื่อสาร เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุง แก้ไข พัฒนาการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
01104.01 การกำหนดวาระข่าวสาร	1. การจัดลำดับกระแสของเนื้อหาข่าวสาร 2. การกรองและกำหนดวาระข่าวสาร	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
01104.02 วิเคราะห์คุณค่าและความสำคัญของประเด็นการสื่อสาร	1. การวัดคุณค่าประเด็นการสื่อสาร 2. การจัดลำดับความสำคัญของประเด็นการสื่อสาร 3. วิเคราะห์ผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบของประเด็นการสื่อสาร	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
01104.03 สรุปและทบทวนประเด็นข่าวสาร	1. สรุปประเด็นการสร้างการรับรู้และกระแสการสื่อสารในสังคม 2. ทบทวนบริบทการเชื่อมโยงประเด็นการสื่อสารกับสังคม	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการวิเคราะห์
2. ทักษะการสื่อสาร
3. ทักษะการสร้างสรรคและเชื่อมโยง

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เรื่องการกำหนดวาระข่าวสาร
2. ความรู้ด้านสื่อสารมวลชน
3. ความรู้เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และการเล่าเรื่อง
4. ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการวิเคราะห์ประเด็นด้านการสื่อสาร โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และทักษะในการวิเคราะห์ประเด็นด้านการสื่อสาร ความต้องการข้อมูลที่สำคัญสำหรับการสื่อสารองค์กร การประเมินประเด็นด้านการสื่อสารที่มีอยู่ในธุรกิจ ประเมินประเด็นในสังคม วิเคราะห์สถานการณ์ของการสื่อสารในสังคม สามารถอธิบายช่องทางการค้นหาประเด็นต่างๆ ตีความประเด็นรวมถึงสรุปประเด็นเพื่อจัดทำเป็นแผนปฏิบัติ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

กลยุทธ์การบริหารประเด็น ประกอบด้วยกลยุทธ์การตอบสนองอย่างมีพลวัต ได้แก่ การสร้างแนวร่วมกับ บุคคลอิสระ การสร้างวาระการสื่อสารผ่านกิจกรรม และการสร้างความร่วมมือกับสื่อมวลชน กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง ด้วยการตั้งรับ คือ การชะลอเวลา

ซึ่งถูกนำมาใช้ครั้งเดียวเมื่อครั้งที่เริ่มต้นผลักดันนโยบายระบบสุขภาพมาตรฐานเดียว ต่อสาธารณชนแต่สถานการณ์ยังไม่เหมาะสม

จึงชะลอเวลาไว้ก่อนและกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงด้วยการปรับตัว คือ การปรับเปลี่ยนค่าที่ใช้สื่อสารเพื่อลดแรงต้าน

การบริหารประเด็นคือ กระบวนการที่เป็นพลวัต (Dynamic) และเป็นการกระทำที่เพื่อป้องกันเหตุการณ์บางอย่างล่วงหน้า (Proactive)

ซึ่งเป็นลักษณะของการบริหารจัดการที่ดี โดยประยุกต์เข้ากับความพร้อมขององค์กร นอกจากนี้

การบริหารประเด็นยังเป็นการให้เพิ่มพูนความรู้ในด้านกระบวนการนโยบายสาธารณะ และเพิ่มพูนความเชี่ยวชาญ

การบริหารประเด็นยังหมายถึงการวางแผนขององค์กร (Corporate Planning) และความพยายามขององค์กรที่จะแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร การบริหารประเด็น คือ กระบวนการวางแผน

เพื่อเตรียมรับมือกับประเด็นที่เกิดขึ้น โดยวางแผนกลยุทธ์การรับมือก่อนที่จะเข้าขั้นสู่ภาวะวิกฤต สำหรับการบริหารประเด็นแวดล้อมนั้น ประกอบด้วย ประเด็นที่แอบแฝง (Potential Stage) การเกิดประเด็น (Emerging Stage) และประเด็นที่กำลังเกิดขึ้น (Current Stage)

ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นพัฒนาการของประเด็นก่อนที่จะกลายเป็นประเด็นวิกฤต (Crisis Issue) และนำไปสู่ประเด็นที่สงบนิ่ง (Dormant Issue)

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 01105
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถกำหนดประเด็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กำหนดโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อมอบหมายให้ผู้ปฏิบัติงานแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามความต้องการและกลยุทธ์ของผู้บริหารและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
01105.01 การกำหนดทิศทางการรับรู้ข่าวสารของคนในสังคม	1. กำหนดประเด็นการสื่อสารตามกลุ่มผู้รับสารและสื่อ 2. สร้างการมีส่วนร่วมของคนในสังคมกับประเด็นการสื่อสาร 3. กำหนดทิศทางและเป้าหมายของการรับรู้ข่าวสารของผู้คนในสังคม	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
01105.02 การสร้างและปลูกกระแสประเด็นการสื่อสาร	1. กำหนดวาระของข่าวสาร 2. นำวาระข่าวสารที่ถูกกำหนดมาสร้างกระแสในสังคม 3. จัดลำดับช่วงเวลาของการปล่อยข่าวสารให้เกิดเป็นกระแส 4. ขยายประเด็นการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมในวงกว้าง	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
01105.03 การนำเสนอประเด็นการสื่อสารในภาพรวมให้เป็นเชิงนโยบายที่มีผลต่อสังคม	1. สร้างความสมดุลของการนำเสนอข่าวสาร 2. นำเสนอรอบด้านและอธิบายข้อมูลเพื่อให้สังคมได้รับรู้เรื่องราวจากทุกมุมมอง 3. พัฒนาการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารระหว่างคนในสังคม สื่อมวลชนและองค์กร	การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์
2. ทักษะการคิดกลยุทธ์ข่าวสาร
3. ทักษะการสื่อสาร
4. ทักษะด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์และสื่อสังคม

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์
2. ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารและการสร้างกระแสข่าวสาร
3. ความรู้เกี่ยวกับสื่อมวลชนสัมพันธ์
4. ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดประเด็นด้านการสื่อสาร โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และทักษะในการศึกษาปัญหาของการสื่อสารและสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน

การกำหนดคุณค่าและความสำคัญของเป้าหมายในการกำหนดประเด็นการสื่อสาร รวมถึงการแสวงหาทางเลือกและการตัดสินใจ เพื่อกำหนดประเด็นการสื่อสารที่จำเป็นและสำคัญต่อการสื่อสารขององค์กร

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

Issues Management หมายถึงการระบุและตรวจสอบแนวโน้มแห่งกระแสประชาชาติ (includes the identification and monitoring of trends in public opinion) ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายสาธารณะ (public policy) ของบริษัท และรวมทั้งการสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก ผนวกกับความพยายามที่จะบอกกล่าวเรียกร้องให้ประชาชนสนับสนุนองค์กรหรือบริษัทตนและการใช้ข้อมูลข่าวสารในเชิงกลยุทธ์หรือยุทธวิธีข้อมูลข่าวสาร (informational strategies) ตลอดจนการแสดงออกถึงพฤติกรรมที่มีจริยธรรมของบริษัท (ethical corporate behavior) การบริหารประเด็น (Issues Management) ความสามารถที่เข้าใจ (the capacity to understand) การระดมพลัง การประสานงาน และการขึ้นำถึงการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ทั้งหมดในการวางแผนนโยบาย (all strategic and policy planning) ตลอดจนการใช้ทักษะการประชาสัมพันธ์ต่างๆ (public relations skills) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

กระบวนการและขั้นตอนของการบริหารประเด็น

1. ระบุถึงประเด็นต่างๆ (identification of issues) คือ การระบุถึงประเด็นปัญหาต่างๆ ให้ชัดเจนว่าประเด็นปัญหาคืออะไรจะดำเนินการแก้ไขอย่างไร
2. วิเคราะห์อย่างมีระบบ (systematic analysis) คือ การศึกษาวิเคราะห์ประเด็นปัญหาต่างๆ อย่างมีระบบและลำดับขั้นตอน

3. ทางเลือกยุทธวิธี (strategies options) คือ การพิจารณาทางเลือกยุทธวิธีที่เหมาะสมและมีประสิทธิผลที่สุด
4. วางแผนปฏิบัติการ (action plan) คือ การปฏิบัติต่างๆ ตามที่กำหนดไว้
5. การปฏิบัติ (take action) คือ การลงมือปฏิบัติการตามแผนที่ได้วางไว้
6. การประเมินผลลัพธ์ (evaluation of results) คือ การประเมินผลลัพธ์ที่ได้หลังจากลงมือปฏิบัติการแล้ว

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์

2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์

2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์

2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 01201
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วิเคราะห์ข้อมูลภายใน
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงสร้างขององค์กร ทรัพยากรขององค์กร ผลิตภัณฑ์ ชื่อเสียงและวัฒนธรรมขององค์กรทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนทั้งภายในและภายนอก ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
01201.01 รวบรวมข้อมูลด้านทรัพยากร	1. ระบุทรัพยากรที่มีเช่น บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องจักร เครื่องมือ วิธีการจัดการ ระยะเวลา 2. ระบุแหล่งที่มาของทรัพยากร 3. จัดการข้อมูลทรัพยากรเพื่อการนำเสนอ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01201.02 รวบรวมข้อมูลด้านโครงสร้างองค์กร	1. ระบุลักษณะสำคัญของโครงสร้างองค์กร 2. ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล 3. จัดการข้อมูลเพื่อการนำเสนอ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01201.03 รวบรวมข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์	1. ระบุองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 2. ระบุประเภทของผลิตภัณฑ์ 3. ระบุส่วนประสมผลิตภัณฑ์ 4. ระบุสายผลิตภัณฑ์ 5. ระบุรายการผลิตภัณฑ์ 6. ระบุตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01201.04 รวบรวมข้อมูลด้านชื่อเสียง	<ol style="list-style-type: none"> 1. รวบรวมข้อมูลด้านเอกลักษณ์องค์กร 2. รวบรวมข้อมูลด้านการสื่อสารขององค์กร 3. รวบรวมข้อมูลด้านชื่อเสียงขององค์กรจากภายนอก 4. ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล 5. จัดการข้อมูลเพื่อการนำเสนอ 	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01201.05 รวบรวมข้อมูลด้านวัฒนธรรมองค์กร	<ol style="list-style-type: none"> 1. รวบรวมข้อมูลค่านิยมขององค์กร 2. รวบรวมข้อสมมติฐานพื้นฐานที่เกิดจากความเชื่อและค่านิยมของพนักงาน 3. รวบรวมข้อมูลหลักการการทำงาน 4. รวบรวมข้อมูลสัญลักษณ์ขององค์กร 5. ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล 6. จัดการข้อมูลเพื่อการนำเสนอ 	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01201.06 ตีความข้อมูล	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประเมินสถานะความพร้อมภายในองค์กรได้ 2. ระบุจุดแข็งจุดอ่อนขององค์กรได้ 3. ประเมินสถานการณ์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในองค์กรได้ 	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการค้นคว้าข้อมูล
2. ทักษะการเรียบเรียงข้อมูล
3. ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรองค์กร
2. ความรู้เรื่องโครงสร้างองค์กร
3. ความรู้ด้านการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์
4. ความรู้ด้านสวนประสมทางการตลาด
5. ความรู้ด้านการวิเคราะห์ชื่อเสียงองค์กร
6. ความรู้ด้านการวิเคราะห์วัฒนธรรมองค์กร

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการวิเคราะห์ข้อมูลภายใน โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นภายในองค์กรโครงสร้างขององค์กร ทรัพยากรขององค์กร ผลิตภัณฑ์ ชื่อเสียงและวัฒนธรรมขององค์กรทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนทั้งภายในและภายนอก ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรที่จำเป็นสำหรับสนับสนุนการสร้างประเด็นทางการสื่อสาร

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในบริษัททุก ๆ ด้านเพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ แหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้างระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกระทบก่อนหน้านี้ด้วย

ทรัพยากร หมายถึง สินทรัพย์ (asset) ความสามารถ (competency) กระบวนการ(process) ทักษะ หรือความรู้(skill or knowledge) ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัท ทรัพยากรเหล่านี้หากช่วยให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันถือได้ว่าเป็น จุดแข็ง ในทางตรงกันข้ามหากทรัพยากรเหล่านี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ทางการแข่งขันได้ต่อยกกว่าคู่แข่งถือได้ว่าเป็นจุดอ่อน ทรัพยากรหรือความสามารถในการค้นหาศักยภาพในการแข่งขันประกอบด้วย

V = Value (คุณค่า) ทรัพยากรนั้นทำให้ได้เปรียบคู่แข่ง

R = Rareness (ความหายาก) ทรัพยากรนั้นคู่แข่งอื่น ๆ มี

I = Imitability (ความสามารถในการลอกเลียน) ทรัพยากรนั้นลอกเลียนแบบได้ง่ายหรือไม่

O = Organization (องค์กร) ทรัพยากรนั้นบริษัทนำมาใช้ประโยชน์

คุณค่า (Value): บริษัทสามารถที่จะแสวงหาโอกาสหรือจัดการกับอุปสรรคภายนอกด้วยทรัพยากรและความสามารถที่มีอยู่ได้หรือไม่

ความหายาก (Rareness): การควบคุมสิ่งที่มีอยู่อย่างจำกัดของทรัพยากรและความสามารถมีเพียงพอหรือไม่

การลอกเลียนแบบ (Imitability): เป็นการยากหรือไม่ที่จะมีการลอกเลียนแบบหรือบริษัทคู่แข่งที่จะลอกเลียนแบบหรือพัฒนาจะต้องเสียค่าใช้จ่ายที่สูง เพื่อจะได้ซึ่งทรัพยากรและความสามารถนั้น

องค์กร(Organization): มีความพร้อมและจัดองค์การเพื่อที่จะแสวงหาทรัพยากรและความสามารถนั้นหรือไม่

ชื่อเสียง (Reputation) เป็นแนวคิดที่ได้รับการอ้างอิงอย่างกว้างขวางในระดับสากลมาเป็นเวลายาวนาน มีนัยยะเชิงบวกซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นที่รู้จัก อารวมไปถึงคุณค่าหรือคุณงามความดีที่ผู้คน โดยทั่วไปที่เกี่ยวกับโดยตรงหรือโดยอ้อม จะสามารถรับรู้หรือสัมผัสกับสิ่งที่กล่าวถึงนั้นได้ โดยชื่อเสียงอาจเป็นเรื่องของบุคคล สถานที่ องค์กร หรือแม้แต่ผลิตภัณฑ์ ด้วยเหตุที่ “ชื่อเสียง” มีคุณลักษณะเชิงนามธรรมสูง การประเมินชื่อเสียงของบุคคล สินค้า บริการ หรือองค์กรใด ๆ แต่เดิมนั้น มักเป็นการประเมินจากคุณค่าที่บุคคลหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเกิดความรู้สึกโดยรวม

โดยที่ไม่สามารถระบุถึงระดับของชื่อเสียงในเชิงคุณภาพได้อย่างแน่ชัดว่ามีองค์ประกอบเช่นไร และมีน้ำหนักในมิติต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด

อย่างไรก็ตามด้วยเหตุที่ชื่อเสียงกลายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งยวดในการนำองค์กรไปสู่เป้าหมาย

และบทบาทของชื่อเสียงที่มีต่อการเติบโตอย่างต่อเนื่องขององค์กรธุรกิจก็กลายเป็นสิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ในยุคสังคมไร้พรมแดน ทำให้การศึกษาเรื่องชื่อเสียงองค์กร(Corporate Reputation) ได้รับความสนใจมากขึ้น ด้วยจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาการวัดประเมินชื่อเสียงให้มีความเป็นระบบที่เชื่อมั่นได้มากที่สุด

ชื่อเสียงของธุรกิจ (Business Reputation) เกี่ยวข้องโดยตรงกับบริษัทนับตั้งแต่การถือกำเนิดขึ้นขององค์กรธุรกิจนั้น ครอบคลุมไปถึงพัฒนาการทุก ๆ ด้านขององค์กรตลอดช่วงเวลาของการเติบโต จนกระทั่งกลายเป็นธุรกิจที่มีสถานะเป็นอยู่ ณ เวลาปัจจุบันในสายตาของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ

แบบวัฒนธรรมตามพื้นฐานของค่านิยม การแบ่งรูปแบบวัฒนธรรมองค์กรประเภทนี้ เป็นการแบ่งค่านิยมขององค์กรที่อยู่บนพื้นฐานของจุดมุ่งหมายและแหล่งที่มา

ซึ่งชี้ให้เห็นถึง

1.1 วัฒนธรรมที่มุ่งผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มีแหล่งที่มาของค่านิยมร่วมอยู่ที่ผู้นำที่มีบาร์มีหรือผู้ก่อตั้งองค์กรและเป็นค่านิยมที่มุ่งหน้าก็คือ การสร้างคุณค่าแก่ผู้ใช้บริการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ซึ่งวัฒนธรรมที่มุ่งผู้ประกอบการอาจจะไม่มั่นคงและเสี่ยงภัยเพราะเป็นวัฒนธรรมที่ขึ้นอยู่กับผู้ก่อตั้งเพียงคนเดียว

1.2 วัฒนธรรมที่มุ่งกลยุทธ์ (Strategic Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มีแหล่งที่มาของค่านิยมร่วมที่มุ่งหน้าที่ได้กลายเป็นขนบธรรมเนียมและเปลี่ยนแปลงไปสู่ประเพณีขององค์กร เป็นค่านิยมที่มั่นคงและมุ่งภายนอกระยะยาว

1.3 วัฒนธรรมที่มุ่งตนเอง (Chauvinistic Culture) เป็นวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงการมุ่งภายใน ความจงรักภักดีต่อการเป็นผู้นำองค์กรอย่างตบอดและการให้ความสำคัญกับความเป็นเลิศของสถาบัน วัฒนธรรมองค์การรูปแบบนี้อาจแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะทางพิธีศาสนาหลายอย่าง ความจงรักภักดีและความผูกพันต่อค่านิยมของผู้นำบารมีอย่างเข้มแข็งและการมุ่งภายใน มุ่งพวกเราและมุ่งพวกเขา จะกระตุ้นความพยายามให้มุ่งที่การรักษาความเป็นเลิศของสถาบันเอาไว้โดยไม่คำนึงถึงค่าใช้จ่าย

1.4 วัฒนธรรมที่มุ่งการเลือกสรร (Exclusive Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มุ่งการเลือกสรร ในฐานะที่คล้ายคลึงกับสโมสรที่เลือกสรรสมาชิก ซึ่งภายในสถานการณ์บางอย่างการเลือกสรรจะเพิ่มคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร ซึ่งองค์กรจะทุ่มเทอย่างหนักเพื่อที่จะสร้างภาพพจน์ของความเหนือกว่าและการเลือกสรรขึ้นมา

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 01202
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วิเคราะห์ข้อมูลภายนอก
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร คือการวิเคราะห์ผลกระทบทางสถานการณ์สังคม การเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยีและสภาพแวดล้อม ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
01202.01 รวบรวมข้อมูลด้านโครงสร้างองค์กร	1. ระบุลักษณะสำคัญของโครงสร้างองค์กร - วัตถุประสงค์ - ภาระหน้าที่ - ลักษณะเฉพาะของงาน - อำนาจการตัดสินใจ (รวมศูนย์ / กระจายศูนย์) - การบังคับบัญชา - ขอบเขตการควบคุม - ความเป็นทางการ 2. ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล 3. จัดการข้อมูลเพื่อนำเสนอ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01202.02 รวบรวมข้อมูลของสถานการณ์ในสังคม	1. จำแนกข้อมูลและที่มาของข้อมูลทั้งภายในและภายนอกประเทศ 2. วิเคราะห์ความหมายของสภาวะเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั้งภายในภายนอกประเทศ 3. เชื่อมโยงสภาพสังคมจากภายนอกประเทศสู่ภายใน และจากภายในสู่ภายนอกประเทศ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01202.03 รวบรวมข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ	1. จำแนกข้อมูลเศรษฐกิจและที่มาของข้อมูลทั้งภายในและภายนอกประเทศ 2. เชื่อมโยงสภาวะเศรษฐกิจระดับโลกและภายในประเทศ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01202.04 ประมวลผลข้อมูลทางเทคโนโลยี	1. ศึกษาข้อมูลทางเทคโนโลยีในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต 2. จำแนกข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีและที่มาของข้อมูล 3. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางออนไลน์ให้ทันสมัยได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01202.05 ตีความข้อมูล	1. ประเมินสถานะความพร้อมการสื่อสารภายนอกองค์กรได้ 2. ระบุโอกาสและอุปสรรคขององค์กรได้ 3. ประเมินสถานการณ์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการค้นคว้าข้อมูล
2. ทักษะการเรียบเรียงข้อมูล
3. ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เรื่องโครงสร้างองค์กร
2. ความรู้ด้านนโยบายองค์กรและนโยบายการสื่อสารประชาสัมพันธ์
3. ความรู้เกี่ยวกับการจัดแบ่งประเภทนโยบาย
4. ความรู้ทางการเมือง
5. ความรู้ทางด้านเศรษฐกิจทุกระดับ
6. ความรู้เรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์
7. ความรู้ด้านสภาพแวดล้อม
8. ความรู้การสรุปความและประเด็นสำคัญ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกโดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกขององค์กร คือการวิเคราะห์ผลกระทบทางสถานการณ์สังคม การเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยีและสภาพแวดล้อม ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ การระบุข้อมูลใหม่ๆที่จำเป็นสำหรับสนับสนุนการสร้างประเด็นทางการสื่อสาร

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ความคิดเกี่ยวกับเพื่อนมนุษย์หรือสังคมมนุษย์ ในประวัติศาสตร์มนุษย์มีความคิดเกี่ยวกับเพื่อนมนุษย์ในลักษณะเป็นกลุ่มน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนที่ทำให้กับเรื่องต่างๆใน 4 ข้อแรก และได้หันมาสนใจเรื่องของเพื่อนมนุษย์เมื่อไม่นานมานี้ โดยอาศัยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ ได้แก่วิธีการคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกัน ระหว่างมนุษย์กับสังคม ภาระหน้าที่ความผูกพันที่มีต่อเพื่อนมนุษย์ ต่อสังคม ลักษณะของชีวิตสังคม แนวโน้มทางสังคม ปัญหาสังคม หลักการ การศึกษาวิเคราะห์สังคม อันเป็นความคิดพื้นฐานของสังคมศาสตร์ในสังคมสมัยใหม่

การวิเคราะห์เศรษฐกิจ เป็นวิธีการที่จะทำให้เรานั้นสามารถทราบถึงแนวโน้มทางเศรษฐกิจนั้นได้ดี ซึ่งนักลงทุนทั้งหลายนั้น สามารถหาข้อมูลได้ที่แหล่งข้อมูลมากมาย อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์เกี่ยวกับข่าวเศรษฐกิจ หรือขอรายละเอียดข้อมูลต่างๆนั้นจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะได้ทราบถึงตัวเลขทางเศรษฐกิจในปัจจุบันที่หลายหน่วยงานนั้นออกมาประกาศ ทั้งอัตราเงินเฟ้อ GDP แม้กระทั่งอัตราการว่างงาน ทั้งหมดนี้มีส่วนเกี่ยวข้องกับตัวเลขของเศรษฐกิจ หรืออัตราการส่งออกและนำเข้า รวมไปถึงนโยบายต่างๆของรัฐบาลที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและความอยู่รอดของประชาชนทั้งหลาย โดยเฉพาะผู้ประกอบการต่างๆ ที่สำคัญคือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับมาตรการต่างๆที่สอดคล้องเกี่ยวกับเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ภาวะเศรษฐกิจถดถอย (Recession) เนื่องจากขณะนี้เศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในภาวะถดถอยจะเกิดภาวะเงินฝืดและตึงตัว (Deflation and tight money) ให้ทำให้ของธุรกิจต่างๆมีแนวโน้มลดลง การลงทุนในหุ้นให้ผลลดแทนไม่ตีเท่ากับลงทุนในพันธบัตร ผู้ถือพันธบัตรได้ดอกเบี้ยในอัตราที่กำหนดไว้ในพันธบัตร ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยลดลงทำให้ราคาพันธบัตรสูงขึ้น

ภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัว (Recovery) ภาวะเศรษฐกิจช่วงนี้เริ่มฟื้นตัวภาวะเงินคลายตัว และดอกเบี้ยมีอัตราลดลงไปแล้วจากภาวะถดถอย ทำให้ต้นทุนด้านการเงินต่ำลง ส่งผลให้ธุรกิจมีอัตราการเจริญเติบโตสูงขึ้นการลงทุนในช่วงระยะเวลานี้จะโยกย้ายเงินจากตลาดพันธบัตรไปสู่ตลาดหุ้น

ภาวะเศรษฐกิจรุ่งเรือง (Prosperity) ช่วงนี้เศรษฐกิจมีอัตราการขยายตัวที่สูงมาก ทำให้แรงกดดันเงินเฟ้อสูงขึ้นในช่วงนี้ธนาคารกลางประเทศต่างเริ่มแทรกแทรกตลาดทำให้ดอกเบี้ยสูงขึ้นซึ่งไม่เป็นผลดีต่อตลาดหุ้นและตลาดพันธบัตร สินทรัพย์ที่ได้รับการตอบแทนสูงจะเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ รวมไปถึงทองคำด้วย เพราะสินค้าเหล่านี้ปรับตัวสูงขึ้นตามอัตราเงินเฟ้อนักลงทุนจึงโยกออกจากตลาดหุ้นและตลาดพันธบัตรนำเงินไปลงทุนในสินค้าโภคภัณฑ์

ภาวะเศรษฐกิจชะงักงันพร้อมกับภาวะเงินเฟ้อ (Stagflation) ในช่วงเศรษฐกิจโดยรวมมีอัตราขยายตัวสูง ธุรกิจต่างๆ ธุรกิจต่างๆจะเริ่มกู้เงินลงทุนสูงขึ้นแต่เมื่ออัตราดอกเบี้ยปรับตัวขึ้น ต้นทุนทางการเงินของธุรกิจจะปรับตัวขึ้น ในช่วงนี้ผลกำไรบริษัทต่างลดลง ในช่วยอัตราดอกเบี้ยที่เป็นขาขึ้นนักลงทุนจะนำเงินมาฝากธนาคาร

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีบทบาทต่อชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เช่น มีการใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงาน ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูล หรือรับ-ส่งข้อมูลระหว่างกัน ตลอดจนใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone) หรือโทรศัพท์มือถือในการติดต่อสื่อสารองค์การทั้งภาครัฐและเอกชน ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารนักเรียนเข้ามาใช้งานในทุกระดับระดับขององค์กร เช่น งานด้านการบริหาร การจัดการ และการปฏิบัติการ รัฐบาลได้ให้ความสำคัญของระบบเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์และระบบสื่อสาร มีการลงทุนเกี่ยวกับโครงการพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเป็นจำนวนมาก เช่น มีการขยายระบบโทรศัพท์ และขยายเครือข่ายการสื่อสาร มีการสร้างระบบฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร์ และการสร้างระบบจัดเก็บภาษีอากรด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์

คำว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) เรียกว่า “ไอที” ประกอบด้วยคำว่า “เทคโนโลยี” และคำว่า “สารสนเทศ” นำมารวมกันเป็น “เทคโนโลยีสารสนเทศ” และคำว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology : ICT) หรือเรียกว่า “ไอซีที” ประกอบด้วยคำที่มีความหมายดังนี้

- เทคโนโลยี (Technology) หมายถึง การนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ในการพัฒนาเครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ วิธีการหรือกระบวนการ

เพื่อช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กร

- สารสนเทศ (information) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการนำข้อมูลมาผ่านกระบวนการต่างๆ อย่างมีระบบ จนได้สิ่งที่เป็นประโยชน์ มีคุณค่าและสาระ หรือมีเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสมตามความต้องการของผู้ใช้
- เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างหรือจัดการกับสารสนเทศอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว โดยอาศัยเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร ทั้งนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังต้องพึ่งพาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม ซึ่งเป็นวิธีการที่จะส่งข้อมูลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อการแลกเปลี่ยนหรือเผยแพร่ข้อมูล และสารสนเทศได้อย่างรวดเร็วทันต่อการใช้ประโยชน์ ผ่านอุปกรณ์สื่อสาร เช่น วิทยุ โทรศัพท์ เครื่องโทรสาร คอมพิวเตอร์ คลื่นวิทยุ และดาวเทียม ดังนั้นในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสารจึงมักใช้คู่กัน

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 01203
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์
ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในขององค์กรทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพรุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
01203.01 รวบรวมข้อมูลด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในขององค์กร	1. ระบุบุคคล / กลุ่มที่เป็นเจ้าของตามกฎหมาย 2. ระบุบุคคล / กลุ่ม ที่มีสิทธิ์ในองค์กร 3. ระบุบุคคล / กลุ่ม ที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร 4. ระบุบุคคล / กลุ่ม ที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร 5. ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล 6. จัดการข้อมูลเพื่อการนำเสนอ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01203.02 ตีความข้อมูล	1. ประเมินผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในขององค์กร 2. ระบุ จุดแข็ง / จุดอ่อน ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในขององค์กร	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01203.03 สรุปและทบทวนสู่แผนปฏิบัติ	1. ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในขององค์กรที่มีผลต่อแผนการดำเนินงานนี้ 2. นำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการวางแผน	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการค้นคว้าข้อมูล
2. ทักษะการเรียบเรียงข้อมูล
3. ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เรื่องการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน โดยการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในขององค์กรทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

นิยามของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคล ชุมชน หรือองค์การที่ให้ความสนใจต่อผลการดำเนินการและกิจกรรมขององค์กร แผนงาน ซึ่งผลการดำเนินงานขององค์กรและแผนงานนั้นสามารถส่งผลบวกและผลลบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยตัวอย่างของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ลูกค้า ผู้ส่งมอบ ผู้ถือหุ้นผู้แทนจำหน่าย ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ตัวแทนผู้บริโภค สื่อสารมวลชน หรือองค์การมูลนิธิไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) สามารถแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็น 3 กลุ่ม ได้ดังนี้ คือ

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (key stakeholders) คือ ผู้ซึ่งสามารถมีอิทธิพลที่สำคัญ หรือมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจกรรม เช่น ลูกค้า ผู้ส่งมอบ มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญต่อการผลิต และ/หรือการบริการตลอดจนการปรับปรุง

2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นพื้นฐาน (primary stakeholders) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ผู้ซึ่งได้รับผลกระทบจากกิจกรรม ซึ่งอาจจะได้รับผลกระทบทางบวกหรือทางลบได้ โดยทั่วไปจะเป็นองค์การที่เป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เช่น ผู้บริโภค (consumer) ตัวแทนทางการค้า (dealer) ผู้ผลิตในขั้นต้น (primary production) จะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาขาย การปรับเปลี่ยนนโยบายทางการค้าทั้งการจัดซื้อและการขาย เป็นต้น

3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นรอง (secondary stakeholders) คือ ทุกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อองค์กรโดยตรง เช่น กิจกรรมบางประเภทที่เป็นที่เฝ้าติดตามจากหน่วยงานภายนอก เช่น กิจกรรมโรงพยาบาล องค์กรสื่อสารมวลชนจะให้ความสนใจต่อคุณภาพการรักษายาบาล การบริการตามระบบที่เป็นมาตรฐาน การป้องกันความเสี่ยง เป็นต้น หรือกิจกรรมการค้าสินค้าโภคภัณฑ์ที่จำเป็นต้องการดำรงชีพ เช่น อาหาร น้ำมัน ยารักษาโรค องค์กรภายนอกยังให้ความสนใจต่อการกำกับดูแลกิจกรรมขององค์กร เช่น การโฆษณาเกินจริง คุณภาพและความปลอดภัยของการใช้ผลิตภัณฑ์ การควบคุมด้านกลไกราคาที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค กิจกรรมขององค์กรเหล่านี้จึงจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (good governance)

กิจการดำเนินงานและการปรับปรุงขององค์กรเป็นที่สนใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อกิจกรรมดำเนินงานและนโยบายขององค์กรสามารถยังประโยชน์ หรือผลลบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง การปรับปรุงที่ยังประโยชน์ให้กับกลุ่มองค์กรหนึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออีกองค์กรหนึ่ง เช่น การปรับราคาสินค้าสูงขึ้น กลุ่มผู้ถือหุ้น ผู้แทนจำหน่าย ผู้ส่งมอบ จะได้รับผลกระทบทางบวกจากกรณีที่ได้รับผลกำไรมากขึ้น แต่ย่อมส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค เนื่องจากผลกระทบทางค่าครองชีพ นอกจากนี้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขึ้นร่อง เช่น สื่อสารมวลชน องค์กรผู้บริโภค อาจให้ความสนใจต่อการปรับขึ้นราคาสินค้านั้นเนื่องจากการปรับขึ้นราคานั้นเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคหรือไม่ โครงสร้างต้นทุนเป็นธรรมหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กร ผู้ผลิตสินค้าสาธารณะโภคพื้นฐานที่มีความจำเป็นต่อประชาชนทั่วไป เช่น โรงไฟฟ้า โรงกลั่นน้ำมัน เป็นต้น ดังนั้น องค์กรต้องมีการชี้แจงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อการรับฟังความคิดเห็น การพิจารณาการสื่อสาร การพิจารณาความเสี่ยงและผลกระทบจากกิจกรรมดำเนินงานขององค์กร การลดผลกระทบทางด้านลบต่อองค์กร การเสริมภาพพจน์ต่อองค์กร การกำหนดบทบาทหน้าที่ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ผลจากการรับฟังความคิดเห็นจะนำไปสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจและการจัดทำแผนงานในการบริหารจัดการขององค์กร

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 01204
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกขององค์กรทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
01204.01 รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. จำแนกข้อมูลต่างๆ 2. รู้ที่มาของแหล่งข้อมูล 3. จัดลำดับความสำคัญของข้อมูล 4. วิเคราะห์แหล่งข้อมูล 5. กลับกรองข้อมูล	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01204.02 ตีความข้อมูลที่ได้รับ	1. วิเคราะห์ข้อมูล 2. พยากรณ์ทางเลือก 3. วิเคราะห์ทางเลือก	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01204.03 สรุปข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก	1. กำกับและทบทวนข้อมูลนโยบาย 2. นำข้อมูลไปวางแผนปฏิบัติ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการค้นคว้า การหาแหล่งข้อมูล
2. ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้ด้านนโยบายองค์กรและนโยบายการสื่อสารประชาสัมพันธ์
2. ความรู้เกี่ยวกับการจัดแบ่งประเภทนโยบาย
3. ความรู้ด้านองค์ประกอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก
4. ความรู้การสรุปความและประเด็นสำคัญ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้

และความสามารถในการทำความเข้าใจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกขององค์กรทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

นิยามของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคล ชุมชน หรือองค์กรที่ให้ความสนใจต่อผลการดำเนินการและกิจกรรมขององค์กร แผนงาน

ซึ่งผลการดำเนินงานขององค์กรและแผนงานนั้นสามารถส่งผลบวกและผลลบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยตัวอย่างของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ลูกค้า ผู้ส่งมอบ ผู้ถือหุ้นผู้แทนจำหน่าย ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ตัวแทนผู้บริโภค สื่อสารมวลชน หรือองค์กรมูลนิธิไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) สามารถแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็น 3 กลุ่มได้ดังนี้ คือ

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (key stakeholders) คือ ผู้ซึ่งสามารถมีอิทธิพลที่สำคัญ หรือมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจกรรม เช่น ลูกค้า ผู้ส่งมอบ มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญต่อการผลิต และ/หรือการบริการตลอดจนการปรับปรุง

2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นพื้นฐาน (primary stakeholders) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ผู้ซึ่งได้รับผลกระทบจากกิจกรรม ซึ่งอาจจะได้รับผลกระทบทางบวกหรือทางลบได้ โดยทั่วไปจะเป็นองค์กรที่เป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เช่น ผู้บริโภค (consumer) ตัวแทนทางการค้า (dealer) ผู้ผลิตในขั้นต้น (primary production) จะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาขาย การปรับเปลี่ยนนโยบายทางการค้าทั้งการจัดซื้อและการขาย เป็นต้น

3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นรอง (secondary stakeholders) คือ ทุกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อองค์กรโดยตรง เช่น กิจกรรมบางประเภทที่เป็นที่เฝ้าติดตามจากหน่วยงานภายนอก เช่น กิจกรรมโรงพยาบาล องค์กรสื่อสารมวลชนจะให้ความสนใจต่อคุณภาพการรักษายาบาล การบริการตามระบบที่เป็นมาตรฐาน การป้องกันความเสี่ยง เป็นต้น หรือกิจกรรมการค้าสินค้าโภคภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ เช่น อาหาร น้ำมัน ยารักษาโรค

องค์การภายนอกย่อมให้ความสนใจต่อการกำกับดูแลกิจกรรมขององค์การ เช่น การโฆษณาเกินจริง คุณภาพและความปลอดภัยของการใช้ผลิตภัณฑ์ การควบคุมด้านกลไกราคาที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค กิจกรรมขององค์การเหล่านี้จึงจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (good governance)

กิจการการดำเนินงานและการปรับปรุงขององค์การเป็นที่สนใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

แต่ความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อกิจกรรมการดำเนินงานและนโยบายขององค์การสามารถยังประโยชน์ หรือผลลบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง การปรับปรุงที่ยังประโยชน์ให้กับกลุ่มองค์กรหนึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออีกองค์กรหนึ่ง เช่น การปรับราคาสินค้าสูงขึ้น กลุ่มผู้ถือหุ้น ผู้แทนจำหน่าย ผู้ส่งมอบ จะได้รับผลกระทบทางบวกจากกรณีที่ได้รับผลกำไรมากขึ้น แต่ย่อมส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค เนื่องจากผลกระทบทางค่าครองชีพ

นอกจากนี้กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียขึ้นรอง เช่น สื่อสารมวลชน องค์กรผู้บริโภค

อาจให้ความสนใจต่อการปรับขึ้นราคาสินค้านั้นเนื่องจากการปรับขึ้นราคานั้นเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคหรือไม่ โครงสร้างต้นทุนเป็นธรรมหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์การ ผู้ผลิตสินค้าสาธารณะโภคภัณฑ์ที่มีความจำเป็นต่อประชาชนทั่วไป เช่น โรงไฟฟ้า โรงกลั่นน้ำมัน เป็นต้น ดังนั้น องค์การต้องมีการชี้แจงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เพื่อการรับฟังความคิดเห็น การพิจารณาการสื่อสาร การพิจารณาความเสี่ยงและผลกระทบจากกิจกรรมการดำเนินงานขององค์การ การลดผลกระทบทางด้านลบต่อองค์การ การเสริมภาพพจน์ต่อองค์การ การกำหนดบทบาทหน้าที่ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การ

ผลจากการรับฟังความคิดเห็นจะนำไปสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจและการจัดทำแผนงานในการบริหารจัดการขององค์การ

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. ชุดสาทรกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 02101
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์
ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุง แก้ไข พัฒนารูทหรืออุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามบริบทและสถานการณ์ปัจจุบัน

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
02101.01 กำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานที่มีความชัดเจน	1. ใช้ภาษาที่ชัดเจนกระชับ ไม่ใช่คำผิด ตก หรือฟุ่มเฟือย 2. สามารถเข้าใจได้ตรงกันในกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02101.02 กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่สามารถวัดผลได้	1. ระบุวัตถุประสงค์มีความเฉพาะเจาะจงเพียงพอที่สามารถนำมาวัดผลได้ 2. จำแนกองค์ประกอบในวัตถุประสงค์เพื่อนำมาวัดผลได้ 3. สามารถนำเกณฑ์มาตรฐานมาใช้ในการวัดผลวัตถุประสงค์ที่กำหนดได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02101.03 กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่สามารถบรรลุผลได้	1. ระบุวัตถุประสงค์เป็นเชิงพฤติกรรมที่นำไปสู่การดำเนินการได้ 2. ระบุเป้าของวัตถุประสงค์ในระดับที่เหมาะสม และมีแนวทางในการบรรลุผลได้จริง	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
02101.04 กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารให้เป็นจริงได้	1. ระบุวัตถุประสงค์ให้มีความสมเหตุสมผลตามความเป็นจริงสามารถอธิบายเหตุและผลได้ชัดเจน 2. วัตถุประสงค์สามารถแตกย่อยออกเป็นกลยุทธ์ กลวิธี และกิจกรรมได้หลากหลายเพียงพอ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02101.05 กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารให้เหมาะสมกับช่วงเวลา	1. ระบุวัตถุประสงค์สอดคล้องกับบริบทและห้วงเวลาที่กำหนดตามแผนงาน 2. ระบุวัตถุประสงค์มีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้ตามบริบทและห้วงเวลา	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์
2. ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์
3. ทักษะทางภาษาและการสื่อสาร
4. ทักษะการบริหารจัดการ
5. ทักษะทางสังคม

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้พื้นฐานทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์
2. ความรู้ด้านภาษาและไวยากรณ์
3. ความรู้ด้านการวางแผนและการจัดการ
4. ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค
5. ความรู้ด้านสถานการณ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม
6. ความรู้ด้านสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการวิเคราะห์ความต้องการข้อมูลที่เป็นสำหรับบริบททางธุรกิจ การประเมินข้อมูลที่มีอยู่ในธุรกิจ

การระบุข้อมูลใหม่ที่จำเป็นสำหรับบริษัททางธุรกิจ และการใช้งานเครือข่ายสังคมและแหล่งข้อมูลแบบเปิดให้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การวางแผนเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการทำงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความรู้ด้านการวางแผน เพื่อจะได้นำความรู้ด้านการวางแผนนี้มาใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป ซึ่งขั้นตอนแรกของการวางแผน คือการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ควรนำมาวิเคราะห์คือ สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้ทราบจุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) โอกาส(O) และภัยคุกคาม(T) ขององค์กรตามหลัก SWOT Analysis ก่อนที่จะกำหนดรายละเอียดอื่นๆให้ถูกต้อง

การดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เพื่อเป็นเป้าหมายหรือแนวทางในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของกิจการ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. วัตถุประสงค์ทั่วไป (General objective)
2. วัตถุประสงค์เฉพาะ (Specific objective)

วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์เป็นวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่ในเรื่องราวต่างๆ ของกิจการ อันได้แก่ นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน ผลงาน กิจกรรม ระเบียบข้อบังคับ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้สาธารณชนได้มีความเข้าใจที่ถูกต้องและเกิดความเชื่อถือในกิจการ โดยวัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

1. เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจของสาธารณชนต่อกิจการ โดยการเผยแพร่และชี้แจงผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้สาธารณชนได้รู้และเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร
2. เพื่อสร้างค่านิยมให้เกิดขึ้นกับสาธารณชน เพื่อให้องค์กรได้รับความสนับสนุนและเพื่อความอยู่รอดขององค์กร รวมถึงการกระตุ้นให้สาธารณชนเกิดค่านิยม เชื่อถือ ไว้วางใจ และศรัทธา ในนโยบาย และการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เพื่อให้กิจการดำเนินงานไปได้อย่างราบรื่น
3. เพื่อสร้าง ปกป้องและรักษาชื่อเสียงขององค์กร และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้องค์กรต่อสาธารณชนจะเห็นว่าชื่อเสียงเป็นสิ่งสำคัญต่อความอยู่รอดขององค์กร โดยที่องค์กรบางองค์กรอาจต้องยอมเสียผลประโยชน์บางอย่างเพื่อแลกกับการรักษาชื่อเสียงไว้ เพราะชื่อเสียงจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรในสายตาของสาธารณชน
4. เพื่อแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากสาธารณชน ทั้งจากสาธารณชนภายในและภายนอก

นอกจากวัตถุประสงค์ทั่วไปแล้ว การประชาสัมพันธ์ยังมีวัตถุประสงค์เฉพาะอย่างของแต่ละกิจกรรมแตกต่างกัน ออกไปเพื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์หรือลักษณะของแต่ละกิจกรรม ตัวอย่างของวัตถุประสงค์เฉพาะ เช่น

- เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น เช่น ข่าวลือในด้านลบขององค์กรซึ่งทำให้สาธารณชนเกิดความเข้าใจผิดต่อองค์กร โดยจะทำการค้นหาสาเหตุและขจัดแหล่งต้นเหตุ โดยหาทางทำความเข้าใจ ชี้แจงเหตุผลให้กระจ่างชัด
- เพื่อเผยแพร่คุณภาพความดีของกิจกรรม เพื่อให้สาธารณชนได้รู้ถึงสิ่งที่ดีที่องค์กรได้กระทำอันเป็นประโยชน์ต่อสังคมและชุมชนรอบข้าง เพื่อให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธา และเกิดการสนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานของกิจการ
- เพื่อส่งเสริมและชักจูงใจสาธารณชนให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธาต่อองค์กร
- เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้ทราบถึงทัศนคติ ประชามติ หรือความรู้สึกนึกคิดของสาธารณชนที่มีต่อองค์กร
- เพื่อขจัดปัญหาความยุ่งยากต่างๆ ภายในหน่วยงาน

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 02102
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายธุรกิจ โภจทย์ และกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะใช้ประชาสัมพันธ์ของธุรกิจได้ สามารถวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อวางกลยุทธ์ แก้ไข พัฒนาการประชาสัมพันธ์หรือสื่อองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือหน่วยงาน

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพรุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
02102.01 ระบุกลุ่มเป้าหมายหลัก	1. สามารถจำแนกกลุ่มเป้าหมายหลักตามหลักภูมิศาสตร์และ/หรือ ตามหลักประชากรศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรม 2. สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายหลักที่ต้องการที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02102.02 ระบุกลุ่มเป้าหมายรอง	1. สามารถจำแนกกลุ่มเป้าหมายรองตามหลักภูมิศาสตร์และ/หรือ อ ตามหลักประชากรศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรม 2. สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายรองที่ต้องการที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02102.03 ระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง	1. สามารถจำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารได้ 2. สามารถจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์
2. ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์
3. ทักษะทางภาษาและการสื่อสาร
4. ทักษะการบริหารจัดการ
5. ทักษะทางสังคม

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้พื้นฐานทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์
2. ความรู้ด้านภาษาและไวยากรณ์
3. ความรู้ด้านการวางแผนและการจัดการ
4. ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค
5. ความรู้ด้านสถานการณ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม
6. ความรู้ด้านสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายธุรกิจ โจทย์ และกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะใช้ประชาสัมพันธ์ของธุรกิจได้ สามารถวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อวางกลยุทธ์ แก้ไข พัฒนาการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การวางแผนเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการทำงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความรู้ด้านการวางแผน เพื่อจะได้นำความรู้ด้านการวางแผนนี้มาใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป ซึ่งขั้นตอนแรกของการวางแผน คือการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ควรนำมาวิเคราะห์คือ สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้เราทราบจุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) โอกาส(O) และภัยคุกคาม(T) ขององค์กรตามหลัก SWOT Analysis ก่อนที่จะกำหนดรายละเอียดอื่นๆให้ถูกต้อง

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากสำหรับเจ้าของธุรกิจ บริษัท องค์กร หน่วยงานและห้างร้านต่างๆที่จะเป็นการเสริมความเข้าใจ สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายผ่านทางสื่อสาร ข่าวสาร การสร้างคอนเทนต์ต่างๆเพื่อที่จะให้กลุ่มเป้าหมายเกิดทัศนคติที่ดีแก่องค์กร มุ่งหวังที่จะได้รับการสนับสนุน เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่เกิดความนิยมและมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการขายสินค้า การโฆษณาและกระจายข่าวสารต่างๆ ที่จะนำมาซึ่งความต้องการความสนใจและอยากจะทำซื้อขาย ทั้งนี้ก่อนที่จะทำการประชาสัมพันธ์นั้น สิ่งที่เราจะต้องคำนึงก่อนเสมอก็คือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

ที่จะต้องเลือกและวางแผนให้สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์มากที่สุด เพราะถ้าหากประชาสัมพันธ์ออกไปโดยที่ยังไม่รู้ว่าจะต้องการจะสื่อสารกับใคร ต้องการกระตุ้นความสนใจจากใคร หรือต้องการเสียดรับจากใคร ก็จะนำมาซึ่งการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ได้ผล แต่ถ้าหากมีการวางแผนและกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนก่อนการประชาสัมพันธ์ให้ตรงจุด ก็จะนำมาซึ่งการกระจายข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เช่น ถ้าหากต้องการประชาสัมพันธ์ให้กับคนในกรุงเทพมหานคร แต่ไม่รู้ว่าจะกลุ่มเป้าหมายเป็นใคร จะสื่อสารกับใคร ก็จะเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ล้มเหลวและไม่เป็นผลถึงแม้จะมีประชากรมากก็ตาม แต่ถ้าหากคุณกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้แน่ชัด ก็สามารถที่จะกำหนดตลาดได้ชัดเจนขึ้น นำมาซึ่งการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผล ได้รับเสียดรับจากคนที่สนใจ

สำหรับการกำหนดกลุ่มเป้าหมายก่อนการประชาสัมพันธ์นั้นก็สามารถที่จะใช้หลักการได้หลายรูปแบบ ดังต่อไปนี้

- การกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามภูมิศาสตร์ เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ตรงตามพื้นที่ที่อยู่ เพื่อที่จะตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่นั้นๆ เช่น จังหวัด อำเภอ ภูมิภาค ประเทศ รวมไปถึงลักษณะของบ้าน คอนโดมิเนียม เป็นต้น
- การกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามหลักจิตวิทยา เป็นการกำหนดโดยแบ่งตามเกณฑ์การดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ ความชอบ เช่น โสไฟต์สไตล์ส่วนตัว ร้านอาหารที่ชอบ รสชาติอาหารที่ชอบ กิจกรรมที่ชอบทำ สีที่ชอบ เป็นต้น
- กำหนดกลุ่มเป้าหมายตามหลักพฤติกรรม เป็นการกำหนดผ่านทางพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่จะยึดหลักความนิยม ความรู้ ปฏิกริยาตอบสนอง ความพร้อมในการซื้อ เช่น ช่วงเวลาในการซื้อของ ความถี่ในการซื้อของ ความสนใจพิเศษ หรือทัศนคติที่มีต่อองค์กรหรือสินค้าประเภทนั้นนั่นเอง
- กำหนดกลุ่มเป้าหมายตามหลักประชากรศาสตร์ เป็นการแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามชนระดับทางสังคม อาชีพ อายุ เพศ รายได้

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 02103
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์
ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลภาพรวมทางด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับธุรกิจ irth และวัตถุประสงค์ของธุรกิจได้ สามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์และกลยุทธ์ทางธุรกิจ การวิเคราะห์ที่ครอบคลุมในการรายงานความคืบหน้ากลยุทธ์ เพื่อขยายความสำเร็จให้มากขึ้น และการจัดการแก้ไขอุปสรรคปัญหาใหม่ๆ ที่พบเจอตลอดระยะเวลาการทำงานประชาสัมพันธ์

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
02103.01 กำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร	1. ระบุแนวทางในการสื่อสารที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ได้ 2. เลือกรูปแบบการสื่อสาร 3. ระบุการสื่อสารที่จะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02103.02 กำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อ	1. ระบุแนวทางในการเลือกใช้สื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ 2. ระบุแนวทางการใช้สื่อให้เกิดผลกระทบระบุแนวทางได้มากที่สุดได้ 3. ระบุการให้หน้าหนังสือที่เลือกใช้แตกต่างกันได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
02103.03 กำหนดกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ	1. ระบุถึงการใช้สิ่งจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ได้ 2. ระบุถึงการใช้สิ่งจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ 3. ระบุถึงการใช้สิ่งจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ 4. ระบุองค์ประกอบสิ่งจูงใจการให้รางวัลและเชิงการลงโทษได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์
2. ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์
3. ทักษะทางภาษาและการสื่อสาร
4. ทักษะการบริหารจัดการ
5. ทักษะทางสังคม

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้พื้นฐานทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์
2. ความรู้ด้านภาษาและไวยากรณ์
3. ความรู้ด้านการวางแผนและการจัดการ
4. ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค
5. ความรู้ด้านสถานการณ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม
6. ความรู้ด้านสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลภาพรวมทางด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับธุรกิจ โจทย์ และวัตถุประสงค์ของธุรกิจได้ สามารถวิเคราะห์ และกำหนดโจทย์และกลยุทธ์ทางธุรกิจ การวิเคราะห์ที่ครอบคลุมในการรายงานความคืบหน้ากลยุทธ์ เพื่อขยายความสำเร็จให้มากขึ้น

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การวางแผนเป็นสิ่งที่ยังจำเป็นอยู่ในการทำงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความรู้ด้านการวางแผน เพื่อจะได้นำความรู้ด้านการวางแผนนี้มาใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป ซึ่งขั้นตอนแรกของการวางแผน คือการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ควรนำมาวิเคราะห์คือ สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้ทราบจุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) โอกาส(O) และภัยคุกคาม(T) ขององค์กรตามหลัก SWOT Analysis ก่อนที่จะกำหนดรายละเอียดอื่นๆให้ถูกต้อง

ก่อนที่จะคิดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เริ่มจากคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ของธุรกิจ กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของธุรกิจของบริษัท ผู้บริหารมักจะไม่เห็นคุณค่าในการส่งเสริมโครงการต่างๆ แม้ว่าจะนำมาซึ่งผลสำเร็จตามที่บริษัทต้องการได้เป็นอย่างดีก็ตาม นั่นคืออุปสรรคอย่างหนึ่งของการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ต้องมีการระบุอย่างเฉพาะเจาะจงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ในการกำหนดว่ากำลังประเมินผลประเภทอะไร และอย่างไร นั่นหมายถึงเครื่องมือในการประเมินผล ต้องตระหนักว่าการประเมินผลบางประเภท เช่น ความประทับใจหรือความเข้าใจโดยรวม เป็นการประเมินผลที่ง่ายกว่าการประเมินผลแบบอื่นๆ เช่น การยอมรับแบรนด์ ผลตอบแทนจากการลงทุน แต่ก็ไม่ควรเลือกการประเมินผลประเภทใดประเภทหนึ่งเพียงเพราะการประเมินผลนั้นสามารถทำได้ง่ายกว่าประเภทอื่น ทั้งนี้การเลือกวิธีการประเมินผลของคุณต้องสัมพันธ์กับเนื้อหาที่แท้จริงของเป้าหมายกลยุทธ์ด้วย หากเป้าหมายกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ดิจิทัล เครื่องมือประเมินผลอย่างจำนวนการตอบกลับและผู้ติดตาม จะไม่สามารถวัดว่าโปรแกรมประสบความสำเร็จหรือไม่ อย่างไร แต่ถ้าเป้าหมายเกี่ยวกับการเพิ่มการยอมรับแบรนด์ จำนวนผู้ติดตามและการตอบกลับจะเป็นเครื่องมือประเมินผลที่มีประโยชน์ แต่ต้องเป็นการสำรวจโดยบุคคลที่สาม จึงจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่าหรือทีมงานทำการสำรวจเอง

1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ต้องรู้ว่าคุณต้องการพูดกับใคร นอกจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ตามกฎหมายฉบับปัจจุบันทางสังคมศาสตร์แล้ว ควรเข้าใจพฤติกรรมทางด้านดิจิทัลของกลุ่มเป้าหมายด้วย เช่น กลุ่มเป้าหมายดูข้อมูลออนไลน์ที่ไหน รูปแบบไหนที่พวกเขาชื่นชอบ เป็นต้น ยิ่งคุณรู้เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายของคุณมากเท่าไร กลยุทธ์ของคุณก็จะประสบความสำเร็จมากขึ้นเท่านั้น
2. การกำหนดเป้าหมาย เมื่อคุณเลือกกลุ่มเป้าหมายแล้วคุณก็ต้องกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์ สิ่งใดที่บริษัทต้องการให้กลุ่มเป้าหมายทำ ซึ่งเป็นผลมาจากการที่พวกเขาได้เห็นการดำเนินการทางด้านการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล หากต้องการให้ความรู้แก่ อาจตั้งเป้าหมายเกี่ยวกับการรับรู้หรือเข้าใจ หากต้องการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่พวกเขา เป้าหมายก็ควรจะเกี่ยวกับการยอมรับหรือการเชื่อ หรือต้องการให้กลุ่มเป้าหมายทำสิ่งใดที่เฉพาะเจาะจง ก็สามารถกำหนดเป็นเป้าหมายได้เช่นกัน ในการกำหนดเป้าหมายนั้นต้องคำนึงด้วยว่า จะประเมินผลอย่างไร เพื่อให้รู้ว่าการดำเนินการได้ผลหรือไม่ เช่น ไม่ควรบอกว่าการให้การประชาสัมพันธ์จะสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าใหม่ของบริษัทเพิ่มขึ้น แต่ต้องเฉพาะเจาะจงและระบุจำนวนที่ชัดเจนด้วย
3. การเขียนรายละเอียดหัวข้อและเนื้อหาหลัก เมื่อรู้แล้วว่าต้องการให้โปรแกรมการประชาสัมพันธ์บรรลุผลอะไร ก็ถึงเวลาที่จะต้องคิดถึงเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายอีกครั้ง เช่น การดำเนินการเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายอย่างไร ซึ่งต้องไม่ใช่การรบกวนพวกเขา เนื้อหาใดที่บริษัทจัดทำแล้วจะช่วยเหลือหรือให้ความบันเทิงแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของพวกเขาและเชื่อมโยงกับเป้าหมายของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์อย่างไร จากนั้นคุณก็รวบรวมรายการหัวข้อต่างๆ และเขียนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน
4. การจัดทำแผนการเผยแพร่ กลุ่มเป้าหมายมีช่องทางการสื่อสารที่พวกเขาพึงพอใจ เช่น อีเมล โซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์ม ข้อความแจ้งเตือน เป็นต้น พวกเขามีอุปกรณ์ที่พวกเขาใช้เป็นประจำ เช่น สมาร์ทวอตช์โทรศัพท์ แท็บเล็ต แลปท็อป หรือเดสก์ท็อป จึงต้องสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในที่ที่พวกเขาเปิดรับข้อมูลดิจิทัล หากไม่ทำเช่นนั้น ไม่ว่าเนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับพวกเขามากแค่ไหน กลุ่มเป้าหมายก็จะไม่เห็นเนื้อหานั้นแต่อย่างใด ต้องมั่นใจว่าเนื้อหาของสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบ ความยาวและโทนของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบด้วย

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 02104
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดกลวิธีทางการประชาสัมพันธ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถกำหนดกลวิธีและวิธีการการประชาสัมพันธ์ได้ โดยนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ โภจทรัพย์ และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ มาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติ ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายสามารถต่อยอดการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ และนำเสนอช่องทางต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือหน่วยงาน

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
02104.01 กำหนดวิธีการประชาสัมพันธ์	1. ศึกษาวัตถุประสงค์เพื่อนำมาออกแบบวิธีการสื่อสารได้ 2. ศึกษากลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมาออกแบบวิธีการสื่อสารได้ 3. ออกแบบวิธีการประชาสัมพันธ์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02104.02 กำหนดช่องทางและสื่อการประชาสัมพันธ์	1. ศึกษากลยุทธ์เพื่อนำมาออกแบบช่องทางสื่อสารได้ 2. ศึกษาวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาออกแบบช่องทางสื่อสารได้ 3. จำแนกช่องทางการสื่อสารได้ 4. จัดลำดับการเลือกช่องทางการสื่อสารได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02104.03 กำหนดกรอบเวลา	1. ระบุระยะเวลาการนำเสนอสิ่งที่ต้องการจะสื่อสาร 2. วางแผนเรื่องระยะเวลาในการปฏิบัติงานได้ 3. วางแผนเรื่องเวลาการวางสื่อลงในช่องทางต่างๆ 4. ระบุระยะเวลาการปล่อยสื่อให้อยู่ในสังคม	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
02104.04 กำหนดทรัพยากร	1. ระบุจำนวนคนที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้ 2. ระบุงบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้ 3. ระบุ Supplier ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ในช่องทางที่เลือกได้ 4. ระบุวัสดุอุปกรณ์ เครื่องจักร เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02104.05 กำหนดผู้รับผิดชอบ	1. จำแนกงานของวิธีการประชาสัมพันธ์ได้ 2. สรุปวิธีการที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้ 3. ระบุผู้รับผิดชอบในแต่ละงานการประชาสัมพันธ์ได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์
2. ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์
3. ทักษะทางภาษาและการสื่อสาร
4. ทักษะการบริหารจัดการ
5. ทักษะทางสังคม

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้พื้นฐานทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์
2. ความรู้ด้านภาษาและไวยากรณ์
3. ความรู้ด้านการวางแผนและการจัดการ
4. ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค
5. ความรู้ด้านสถานการณ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม
6. ความรู้ด้านสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการกำหนดกลยุทธ์และวิธีการการประชาสัมพันธ์ โดยนำข้อมูลที่วิเคราะห์เกี่ยวกับธุรกิจ ใจหาย และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ มาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติ ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายสามารถต่อยอดการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์

และนำเสนอช่องทางต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การวางแผนเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการทำงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความรู้ด้านการวางแผน เพื่อจะได้นำความรู้ด้านการวางแผนนี้มาใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป ซึ่งขั้นตอนแรกของการวางแผน คือการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ควรนำมาวิเคราะห์คือ สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้เราทราบจุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) โอกาส(O) และภัยคุกคาม(T) ขององค์กรตามหลัก SWOT วิธีการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ซึ่งหมายถึงการดำเนินงานเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและการจัดกิจกรรมเพื่อสาธารณชนอย่างมีแผนและต่อเนื่องสม่ำเสมอ

การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบันเอง อันได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมถึงตลอดจนถึงนักการภารโรง คนขับรถภายในของอาคารสถาบันให้เกิดมีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพัน จงรักภักดี (Loyalty) ต่อหน่วยงานการประชาสัมพันธ์ภายใน จึงมีความสำคัญมาก การประชาสัมพันธ์ภายนอกของอาคารสถาบันจะดีไปไม่ได้เลยหากการประชาสัมพันธ์ภายในของอาคารสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานจะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการ และการดำเนินงานขององค์กรสถาบันเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัวและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน ลูกจ้างภายในสถาบันมีความเข้าใจในนโยบาย และการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดี ก็จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วยสำหรับสื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้น อาจใช้การติดต่อสื่อสารด้วยวาจา แบบซึ่งหน้า (Face of Face) หรืออาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์กร (House Journal) ช่วย เช่น หนังสือเวียน จดหมายของภายใน วารสารภายใน เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอก กลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ประชาชนทั่วไป และประชาชนที่องค์กรสถาบันเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภค รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวสถาบัน และให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี การทำการประชาสัมพันธ์ภายนอกต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่ หรือจำนวนมาก จึงอาจใช้เครื่องมือ สื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสารชนด้วย อันได้แก่ สื่อมวลชน (Mass Media) เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบัน องค์กร สถาบันต่าง ๆ ก็นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าช่วยในการประชาสัมพันธ์

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 02105
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ออนไลน์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์
 ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถวางแผนกลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการวางแผนเพจออนไลน์ กิจกรรมออนไลน์ CSR ออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่างๆ ตลอดจนงานโซเชียลมีเดีย ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ผลักดันและภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และการเข้าถึงอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ตรงตามบริบทและสถานการณ์ปัจจุบัน

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพรูทริจโฆณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
02105.01 กำหนดกลยุทธ์ในการส่งสารผ่านสื่อออนไลน์	1. ระบุวิธีการในการปล่อยเนื้อหาตามแพลตฟอร์ม 2. วิเคราะห์คู่แข่งจาก Keyword 3. ระบุรายละเอียดแนวทาง Content ในแต่ละแพลตฟอร์ม 4. วิเคราะห์เทคนิคใหม่ๆของแพลตฟอร์ม	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02105.02 วางแผนการสื่อสารออนไลน์	1. ระบุแผนการจัดทำเนื้อหา 2. ระบุแผนระยะเวลาและการติดตามในแต่ละแพลตฟอร์ม 3. ระบุรายละเอียดแผนงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ 4. ระบุกลุ่มเป้าหมายในแต่ละแพลตฟอร์ม 5. ระบุแผนสำรองในการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02105.03 สร้างกิจกรรมพิเศษให้ทันท่วงที	1. ออกแบบการรณรงค์ออนไลน์ 2. ออกแบบแคมเปญผ่านโซเชียลมีเดีย 3. สร้างแฮชแทกเทรนเกี่ยวกับกิจกรรม 4. ออกแบบกิจกรรมให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายในระยะเวลาที่เหมาะสม	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์
2. ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์
3. ทักษะทางภาษาและการสื่อสาร
4. ทักษะการบริหารจัดการ
5. ทักษะทางสังคม

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้พื้นฐานทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์
2. ความรู้ด้านภาษาและไวยากรณ์
3. ความรู้ด้านการวางแผนและการจัดการ
4. ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค
5. ความรู้ด้านสถานการณ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม
6. ความรู้ด้านสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์โดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดกลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในวางแผนกลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการวางแผนแคมเปญออนไลน์ กิจกรรมออนไลน์ CSR ออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่างๆ ตลอดจนงานโซเชียลมีเดียให้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ต้องการระบุอย่างเฉพาะเจาะจงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ในการกำหนดว่ากำลังประเมินผลประเภทอะไร และอย่างไร นั้นหมายถึงเครื่องมือในการประเมินผล ต้องตระหนักว่าการประเมินผลบางประเภท เช่น ความประทับใจหรือความเข้าใจโดยรวม เป็นการประเมินผลที่ง่ายกว่าการประเมินผลแบบอื่นๆ เช่น การยอมรับแบรนด์ ผลตอบแทนจากการลงทุน แต่ก็ไม่ควรเลือกการประเมินผลประเภทใดประเภทหนึ่งเพียงเพราะการประเมินผลนั้นสามารถทำได้ง่ายกว่าประเภทอื่น ทั้งนี้การเลือกวิธีการประเมินผลของคุณต้องสัมพันธ์กับเนื้อหาที่แท้จริงของเป้าหมายกลยุทธ์ด้วย หากเป้าหมายกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ดิจิทัล เครื่องมือประเมินผลอย่างจำนวนการตอบกลับและผู้ติดตาม จะไม่สามารถวัดว่าโปรแกรมประสบความสำเร็จหรือไม่ อย่างไรก็ตาม แต่ถ้าเป้าหมายเกี่ยวกับการเพิ่มการยอมรับแบรนด์ จำนวนผู้ติดตามและการตอบกลับจะเป็นเครื่องมือประเมินผลที่มีประโยชน์ แต่ต้องเป็นการสำรวจโดยบุคคลที่สาม จึงจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่าหรือทีมงานทำการสำรวจเอง

1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ต้องรู้ว่าคุณต้องการพูดกับใคร นอกจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ตามกฎเกณฑ์ปัจจัยทางสังคมศาสตร์แล้ว ควรเข้าใจพฤติกรรมทางด้านดิจิทัลของกลุ่มเป้าหมายด้วย เช่น กลุ่มเป้าหมายข้อมูลออนไลน์ที่ไหน รูปแบบไหนที่พวกเขาชื่นชอบ เป็นต้น ยิ่งคุณรู้เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายของคุณมากเท่าไร กลยุทธ์ของคุณก็จะประสบความสำเร็จมากขึ้นเท่านั้น
2. การกำหนดเป้าหมาย เมื่อคุณเลือกกลุ่มเป้าหมายแล้วคุณก็ต้องกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์ สิ่งใดที่บริษัทต้องการให้กลุ่มเป้าหมายทำ ซึ่งเป็นผลมาจากการที่พวกเขาได้เห็นการดำเนินการทางด้านการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล หากต้องการให้ความรู้แก่ อาจตั้งเป้าหมายเกี่ยวกับการรับรู้หรือเข้าใจ หากต้องการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่พวกเขา เป้าหมายก็ควรจะเกี่ยวกับการยอมรับหรือการเชื่อ หรือต้องการให้กลุ่มเป้าหมายทำสิ่งใดที่เฉพาะเจาะจง ก็สามารถกำหนดเป็นเป้าหมายได้เช่นกัน ในการกำหนดเป้าหมายนั้นต้องคำนึงด้วยว่าจะประเมินผลอย่างไร เพื่อให้รู้ว่าการดำเนินการได้ผลหรือไม่ เช่น ไม่ควรบอกว่าต้องการให้การประชาสัมพันธ์จะสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าใหม่ของบริษัทเพิ่มขึ้น แต่ต้องเฉพาะเจาะจงและระบุจำนวนที่ชัดเจนด้วย
3. การเขียนรายละเอียดหัวข้อและเนื้อหาหลัก เมื่อรู้แล้วว่าต้องการให้โปรแกรมการประชาสัมพันธ์บรรลุผลอะไร ก็ถึงเวลาที่จะต้องคิดเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายอีกครั้ง เช่น การดำเนินการเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายอย่างไร ซึ่งต้องไม่ใช่การรบกวนพวกเขา เนื้อหาใดที่บริษัทจัดทำแล้วจะช่วยเหลือหรือให้ความบันเทิงแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของพวกเขาและเชื่อมโยงกับเป้าหมายของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์อย่างไร จากนั้นคุณก็รวบรวมรายการหัวข้อต่างๆ และเขียนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน
4. การจัดทำแผนการเผยแพร่ กลุ่มเป้าหมายมีช่องทางการสื่อสารที่พวกเขาพึงพอใจ เช่น อีเมล โซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์ม ข้อความแจ้งเตือน เป็นต้น พวกเขามีอุปกรณ์ที่พวกเขาใช้เป็นประจำ เช่น สมาร์ทวอตช์โทรศัพท์ แท็บเล็ต แลปท็อป หรือเดสก์ท็อป จึงต้องสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในที่ที่พวกเขาเปิดรับข้อมูลดิจิทัล หากไม่ทำเช่นนั้น ไม่ว่าเนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับพวกเขามากแค่ไหน กลุ่มเป้าหมายก็จะไม่เห็นเนื้อหานั้นแต่อย่างใด ต้องมั่นใจว่าเนื้อหาของสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบ ความยาวและโทนของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบด้วย

บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์

บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์จะเข้าไปมีส่วนร่วมในชีวิตประจำวันของประชาชนเพิ่มขึ้น แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ ไปตามกระแสความนิยมของกลุ่มผู้ใช้กลุ่มต่างๆ และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สื่อสังคมออนไลน์มีทั้งข้อดีและข้อด้อย รวมทั้งอาจส่งผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ อาญากรรมคอมพิวเตอร์และความมั่นคง ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ แต่หากนำข้อดีและผลที่เกิดขึ้นในแง่ดีมาใช้ในการสื่อสารข้อมูลจากหน่วยงานราชการสู่สาธารณะ และลดข้อด้อย รวมทั้งหาแนวทางการป้องกันผลด้านลบมิให้เกิดขึ้น สื่อสังคมออนไลน์จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนสื่อหลักที่มีอยู่เดิมได้เป็นอย่างดีสร้างโอกาส และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ ได้มากขึ้น

แนวโน้มการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์

แนวโน้มใน ด้านบวก

1. การพัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงกันทั่วโลก ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ช่องทางการดำเนินธุรกิจ เช่น การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การผ่อนคลายด้วยการดูหนัง ฟังเพลง และบันเทิงต่างๆ เกมออนไลน์
2. การพัฒนาให้คอมพิวเตอร์สามารถฟังและตอบเป็นภาษา พูดได้ อ่านตัวอักษรหรือลายมือเขียนได้ การแสดงผลของคอมพิวเตอร์ได้เสมือนจริง เป็นแบบสามมิติ และการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส เสมือนว่าได้อยู่ในที่นั้นจริง
3. การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูล ฐานความรู้ เพื่อพัฒนาระบบผู้เชี่ยวชาญและการจัดการความรู้
4. การศึกษาตามอัธยาศัยด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-learning) การเรียนการสอนด้วยระบบโทรศศึกษา (tele-education) การค้นคว้าหาความรู้ได้ตลอด 24 ชั่วโมงจากห้องสมุดเสมือน (virtual library)
5. การพัฒนาเครือข่ายโทรคมนาคม ระบบการสื่อสารผ่านเครือข่ายไร้สาย เครือข่ายดาวเทียม ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ทำให้สามารถค้นหาตำแหน่งได้อย่างแม่นยำ
6. การบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่ โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการ ดำเนินการของภาครัฐที่เรียกว่า รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-government) รวมทั้งระบบฐานข้อมูลประชาชน หรือ e-citizen

แนวโน้มใน ด้านลบ

1. ความผิดพลาดในการทำงานของระบบ คอมพิวเตอร์ ทั้งส่วนฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ ที่เกิดขึ้นจากการออกแบบและพัฒนา ทำให้เกิดความเสียหายต่อระบบและสูญเสียค่าใช้จ่ายในการแก้ปัญหา

2. การละเมิดลิขสิทธิ์ของทรัพย์สินทางปัญญา การทำสำเนาและลอกเลียนแบบ
3. การก่อกวนระบบคอมพิวเตอร์ การโจรกรรมข้อมูล การลวงละเมิด การก่อกวนระบบคอมพิวเตอร์

วิธีป้องกันและจัดการกับกระแสรุม่าบนโลกโซเชียล (Crisis Prevention&Management)

การป้องกันการเกิดกระแสรุม่าบนโลกโซเชียลต่าง ๆ นั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ยากมาก เพราะเราไม่รู้ว่าจะเมื่อไหร่ที่จะเกิด สิ่งเดียวที่ทำได้คือ ต้องรับมืออยู่ตลอดเวลา ทั้งการร้องเรียนของลูกค้าทาง Inbox หรือลูกค้าเจอประสบการณ์แย่ๆ แล้วโพสต์ลง Pantip สิ่งเหล่านี้หากไม่รีบจัดการให้เร็วที่สุด จะทวีความรุนแรงเป็น Crisis ได้

รวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่คนพูดถึง ในแต่ละช่องทาง เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัญหา แยกแยะประเด็นต่าง ๆ รวมถึงดูระดับความรุนแรงของกระแสรุม่าที่เกิดขึ้น และนัดทีมงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมาหาแนวทางแก้ไขให้เร็วที่สุด

คอย Monitor อยู่ตลอดเวลาเพื่อความรวดเร็ว

จำเป็นต้องมีทีมงานคอยดูแลอย่างใกล้ชิด Monitor อยู่ตลอด ตอบได้รวดเร็วพร้อมให้คำแนะนำต่างๆ เพื่อลดความไม่พอใจ หรือข้อสงสัยของผู้บริโภคได้ทัน ตัวอย่าง: AIS ที่มีทีม Customer Service คอย Monitor อยู่ตลอดเวลาในการตอบคำถามลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากๆ ใช้ Social Listening/Monitoring Tools

1. ใช้เครื่องมือ Social Listening หรือ Monitoring

ใช้เครื่องมือ Social Listening หรือ Monitoring ในการช่วยติดตามการพูดถึงของแบรนด์ตัวอย่างใกล้ชิดในทุกช่องทางเช่น Social Media, Forum, Blog ต่างๆ ผ่านเครื่องมืออย่าง Google Alert หรือ SocialEnable สามารถดูได้อย่างทันทีเพื่อป้องกันการเกิดกระแสรุม่า เรียกว่า ตัดไฟตั้งแต่ต้นลมกันเลยทีเดียว เพราะปัจจุบันนี้ นับวันช่องทางโซเชียลต่าง ๆ มีอิทธิพลกับคนไทยมากขึ้นเรื่อยๆ ฉะนั้นต้องเตรียมตัวไว้อีก ดูกว่าเกิดปัญหาแล้วมาคอยแก้ทีหลัง

2. กล่าวคำขอโทษไว้อีก

แม้ไม่ได้ผิด หรืออาจเป็นการเข้าใจผิดก็ตาม ก็ควรขอโทษ และต้องพยายามหาข้อมูล หลักฐานที่เกี่ยวข้องมาประกอบการให้ข้อมูลกับผู้บริโภค หากผิดจริง ก็ควรยอมรับผิด และแจ้งว่าปัญหาเกิดจากอะไร รวมถึงบอกวิธีการแก้ไขปัญหาว่าจะแก้ไขปัญหานี้อย่างไรบ้าง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอีกในอนาคต

3. มีแนวทางในการตอบคำถาม

มีแนวทางในการเจรจา การที่ผู้บริโภคเข้ามาร้องเรียน การตอบคำถามเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก ในการช่วยให้ผู้บริโภคนั้นใจเย็นลง ดังนั้นควรตอบให้ตรงประเด็น อธิบายเรื่องยากๆ ให้เป็นเรื่องง่ายๆ อาจใช้ภาพ ข้อมูลประกอบ หรือหลักฐานครุณนำมาด้วย เพื่อความชัดเจน และไขข้อสงสัยต่างๆ ได้

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 02201
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ออกแบบแนวทางการประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถออกแบบแนวทางการประเมินผล ออกแบบแบบประเมิน วิธีประเมิน และตั้งเกณฑ์ในรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการประเมินก่อนการประชาสัมพันธ์ได้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
02201.01 กำหนดความสำเร็จของแผนงาน	1. ออกแบบแบบประเมินความเป็นไปได้ด้านคน 2. ออกแบบแบบประเมินความเป็นไปได้ด้านงบประมาณ 3. สร้างแบบประเมินความเป็นไปได้ด้านวัสดุอุปกรณ์ 4. ออกแบบแบบประเมินความเป็นไปได้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02201.02 กำหนดความพึงพอใจที่มีต่อแผนงาน	1. ออกแบบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมาย 2. ออกแบบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02201.03 กำหนดการประเมินผลแผนงาน	1. ออกแบบแบบประเมินผลกระบวนการต่อความสำเร็จของแผนงานด้านการบริหารจัดการ 2. ออกแบบแบบประเมินผลกระบวนการต่อความสำเร็จของแผนงาน ด้านกระบวนการผลิต 3. ออกแบบแบบประเมินผลกระบวนการต่อความสำเร็จของแผนงาน ด้านการสื่อสาร	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ออกแบบ/สร้างแบบประเมิน
2. การประเมินทรัพยากร

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. การวางแผนและติดตามประเมินผล
2. การบริหารจัดการทรัพยากรและบุคคล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการออกแบบแนวทางการประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงานและหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินออกแบบแนวทางการประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการออกแบบแนวทางการประเมินผล ออกแบบแบบประเมิน วิธีประเมิน และตั้งเกณฑ์ในรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการประเมินก่อนการประชาสัมพันธ์ได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การออกแบบแนวทางการประเมินก่อนการประชาสัมพันธ์ ในที่นี้หมายถึงการออกแบบการประเมินก่อนการประชาสัมพันธ์โดยแบ่งออกเป็น 2 การประเมิน คือ

1. การประเมินแผนการดำเนินงาน ขั้นตอนจัดเตรียมสื่อ กระบวนการจัดทำสื่อ ประเมินทีมงานและทรัพยากร เป็นต้น
2. การประเมินสิ่งแวดล้อมภายนอก เกี่ยวกับการเข้าถึง รับรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับชื่อเสียง ภาพลักษณ์ขององค์กร ก่อนที่จะทำการประชาสัมพันธ์ออกไป เป็นต้น

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 02202
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ออกแบบแนวทางการประเมินผลระหว่างการประชุมประชาสัมพันธ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถออกแบบแนวทางการประเมินผล ออกแบบแบบประเมิน วิธีประเมิน และตั้งเกณฑ์ในรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการประเมินระหว่างการประชุมประชาสัมพันธ์ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ รวมถึงติดตามประเด็นและผลของการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
02202.01 ติดตามความก้าวหน้าของแผนงาน	1. สร้างเกณฑ์ประเมินผลผลิตเทียบกับเป้าหมาย 2. สร้างเกณฑ์ประเมินจำนวนกิจกรรมที่แล้วเสร็จ 3. สร้างเกณฑ์ประเมินทรัพยากรและเวลาที่ใช้ไปด้านผลผลิตต่อค่าใช้จ่าย 4. สร้างเกณฑ์ประเมินทรัพยากรและเวลาที่ใช้ไปด้านผลตอบรับต่อกำลังคน 5. สร้างเกณฑ์ประเมินทรัพยากรและเวลาที่ใช้ไปด้านผลตอบรับต่อหน่วยเวลา 6. สร้างเกณฑ์ประเมินทรัพยากรและเวลาที่ใช้ไปด้านการประหยัดทรัพยากรการจัดการ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02202.02 สร้างแบบประเมินความก้าวหน้าด้านประสิทธิผล	1. สร้างเกณฑ์วัดระดับการบรรลุเป้าหมายของโครงการ 2. สร้างเกณฑ์วัดจำนวนการมีส่วนร่วมของโครงการกับกลุ่มเป้าหมาย 3. สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมาย	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
02202.03 สร้างแบบประเมินความเสี่ยง	1. ออกแบบแบบสัมภาษณ์และบันทึกผลจากบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน 2. ออกแบบแบบสัมภาษณ์และบันทึกผลจากกลุ่มเป้าหมาย 3. ออกแบบแบบสัมภาษณ์และบันทึกผลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4. ออกแบบแบบสำรวจทรัพยากรที่เกี่ยวข้องในโครงการ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. การประเมินสถานการณ์
2. การประเมินทรัพยากร
3. การสื่อสารระหว่างบุคคล
4. การสัมภาษณ์และจัดบันทึก

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. การวางแผนและติดตามประเมินผล
2. การบริหารจัดการทรัพยากรและบุคคล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการออกแบบแนวทางการประเมินผล ออกแบบแบบประเมิน วิธีประเมิน และตั้งเกณฑ์ในรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการประเมินระหว่างการประชาสัมพันธ์ได้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การออกแบบแนวทางการประเมินระหว่างการประชาสัมพันธ์

ในที่นี้หมายถึงการออกแบบการประเมินในช่วงของการนำสื่อเผยแพร่ออกไปประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆโดยแบ่งออกเป็น 2 การประเมิน คือ 1. การประเมินผลสื่อ การประเมินผลของการสื่อสาร 2. การประเมินสิ่งแวดล้อมภายนอก เกี่ยวกับการเข้าถึง รับรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับชื่อเสียง ภาพลักษณ์ขององค์กร

ในระหว่างที่ทำการประชาสัมพันธ์ออกไปในช่องทางต่างๆแล้ว เป็นต้น

การประเมินความก้าวหน้า (Formative Evaluation) เป็นการประเมินผลความก้าวหน้าของแผนสื่อสารระหว่างที่กำลังดำเนินการ หรือปฏิบัติตามแผน เช่นเดียวกับกระบวนการเริ่มต้นทำแผน ซึ่งจะต้องนำเอาการประเมินผลในแต่ละครั้งมารวบรวม และวิเคราะห์เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนการสื่อสารนั้น ซึ่งจะทำการประเมินอย่างต่อเนื่องไปตลอดทั้งกระบวนการที่ลงมือปฏิบัติ เพื่อปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงาน เมื่อใดก็ตามที่ประเมินแล้วว่า ความคืบหน้านั้นจะเกิดไปในทิศทางหรือแนวทางใด หากไม่ตรงตามที่ได้วางแผนเอาไว้ ก็สามารถปรับแก้ไขแผนก่อนที่จะดำเนินงานไปจนกระทั่งสิ้นสุดกระบวนการสื่อสาร

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 02203
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ออกแบบแนวทางการประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถออกแบบแนวทางการประเมินผล ออกแบบแบบประเมิน วิธีประเมิน และตั้งเกณฑ์ในรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการประเมินหลังการประชาสัมพันธ์ได้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ รวมถึงความรู้เรื่องการสำรวจข้อมูลในหลากหลายช่องทาง

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
02203.01 สร้างเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน	1. ออกแบบการประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวด้านคน 2. ออกแบบการประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวด้านงบประมาณ 3. ออกแบบการประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวด้านวัสดุอุปกรณ์ 4. ออกแบบการประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02203.02 สร้างเกณฑ์การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสาร	1. ออกแบบการประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวของความพึงพอใจต่อ กลุ่มเป้าหมาย 2. ออกแบบการประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวของความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน 3. ออกแบบการประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวของความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
02203.03 สร้างเกณฑ์ประเมินผลการตอบรับต่อแผนการประชาสัมพันธ์	1. ออกแบบการประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวของแผนงานด้านการบริหารจัดการ 2. ออกแบบการประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวของแผนงานด้านกระบวนการผลิต 3. ออกแบบการประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวของแผนงาน ด้านการสื่อสาร 4. สืบหาความเสี่ยงที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินโครงการทั้งหมด	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ประเมินและสรุปผล
2. รวบรวมและสรุปความเสี่ยง
3. การสัมภาษณ์และจัดบันทึก

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. การวางแผนและติดตามประเมินผล
2. การบริหารจัดการทรัพยากรและบุคคล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการออกแบบแบบประเมิน วิธีประเมิน และตั้งเกณฑ์ในรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการประเมินหลังการประชาสัมพันธ์ได้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ รวมถึงความรู้เรื่องการสำรวจข้อมูลในหลากหลายช่องทาง

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การออกแบบแนวทางการประเมินหลังการประชาสัมพันธ์

ในที่นี้หมายถึงการออกแบบการประเมินในช่วงหลังจากการนำเสนอเผยแพร่ออกไปประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ

โดยจุดประสงค์หลังของการออกแบบการประเมินเพื่อการประเมินสิ่งแวดล้อมภายนอก ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและกลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มเป้าหมายรอง เกี่ยวกับการเข้าถึง รับรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับชื่อเสียง ภาพลักษณ์ขององค์กร หลังจากที่ทำการประชาสัมพันธ์ออกไปในช่องทางต่างๆแล้ว เป็นต้น

การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ผลลัพธ์ของการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ยากจะวัดได้ เพราะการประชาสัมพันธ์มักจะถูกใช้ร่วมกับเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดอื่นๆ ตัววัดที่มักจะถูกนำมาใช้ในการประเมินผลประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดมี 3 ประเภท ได้แก่

1. จำนวนผู้ได้ชมหรือได้ยิน (Exposure) เป็นตัววัดประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ที่ง่ายที่สุดในการวัดจำนวนของผู้ได้ยินหรือได้ชมจากสื่อ อย่างไรก็ตามการวัดจำนวนผู้ได้ยินไม่สามารถวัดจำนวนผู้ชมได้ยินหรือระลึกได้ของข้อความที่ได้ยินอย่างแท้จริง รวมถึงไม่สามารถวัดสิ่งที่พวกเขาคิดหลังจากได้ยิน
2. การเปลี่ยนแปลงการตระหนัก/ความเข้าใจ/ทัศนคติ (Awareness/Comprehension/Attitude Change) เป็นตัววัดที่ดีกว่าแบบแรก เป็นการวัดการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการตระหนัก ความเข้าใจ และทัศนคติของผู้ชมที่มีผลจากการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด เช่น จำนวนผู้ชมที่ระลึกได้ในหัวข้อข่าว จำนวนผู้ชมที่บอกต่อผู้อื่นหลังจากได้ชม เป็นต้น
3. ผลกระทบของยอดขายและกำไร (Sales-And-Profit Contribution) เป็นตัววัดที่ดีที่สุดหากสามารถวัดได้ เช่น การวัดปริมาณยอดขายที่เพิ่มขึ้นหลังจากมีการประชาสัมพันธ์

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03101
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเป็นการกำหนดเกณฑ์ที่จะใช้ในการแบ่งแยกประเภทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้สามารถเลือกวิธีการในการสร้างการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม รวมถึงเป็นการกำหนดและทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยประเมินจากผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับหรือเป็นผู้สร้างแก่องค์กร ซึ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ประกอบด้วยกลุ่มต่างๆ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า หน่วยงานราชการผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ชุมชน พันธมิตรทางธุรกิจองค์กรพัฒนาเอกชน และสื่อมวลชน

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03101.01 กำหนดผู้มีส่วนได้เสียหลัก	1. ระบุผู้มีส่วนได้เสียหลัก 2. วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียหลัก 3. สรุปผู้มีส่วนได้เสียหลัก	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03101.02 กำหนดผู้มีส่วนได้เสียขั้นพื้นฐาน	1. ระบุผู้มีส่วนได้เสียขั้นพื้นฐาน 2. วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียขั้นพื้นฐาน 3. สรุปผู้มีส่วนได้เสียขั้นพื้นฐาน	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03101.03 กำหนดผู้มีส่วนได้เสียชั้นรอง	1. ระบุผู้มีส่วนได้เสียชั้นรอง 2. วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียชั้นรอง 3. สรุปผู้มีส่วนได้เสียชั้นรอง	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะด้านการวิเคราะห์กลุ่มกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ทักษะด้านการประเมินผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับ
3. ทักษะการสืบค้นข้อมูล

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์ที่จะใช้ในการแบ่งแยกประเภทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ เพื่อให้สามารถเลือกวิธีการในการสร้างการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

นิยามของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคล ชุมชน หรือองค์กรที่ให้ความสนใจต่อผลการดำเนินการและกิจกรรมขององค์กร แผนงาน ซึ่งผลการดำเนินงานขององค์กรและแผนงานนั้นสามารถส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยตัวอย่างของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ลูกค้า ผู้ส่งมอบ ผู้ถือหุ้น ผู้แทนจำหน่าย ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ตัวแทนผู้บริโภค สื่อสารมวลชน หรือองค์กรมูลนิธิที่ไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs)

ดังนั้นสามารถแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็น 3 กลุ่ม ได้ดังนี้ คือ

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (key stakeholders) คือ ผู้ซึ่งสามารถมีอิทธิพลที่สำคัญ หรือมีความสำคัญต่อความสำเร็จของ กิจกรรม เช่น ลูกค้า ผู้ส่งมอบ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญต่อการผลิต และ/หรือการบริการตลอดจนการปรับปรุง
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นพื้นฐาน (primary stakeholders) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ผู้ซึ่งได้รับผลกระทบจากกิจกรรม ซึ่งอาจจะได้รับผลกระทบทางบวกหรือทางลบได้ โดยทั่วไปจะเป็นองค์กรที่เป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เช่น ผู้บริโภค (consumer) ตัวแทนทางการค้า (dealer) ผู้ผลิตในขั้นต้น (primary production) จะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาขาย การปรับเปลี่ยนนโยบายทางการค้าทั้งการจัดซื้อและการขาย เป็นต้น
3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นรอง (secondary stakeholders) คือ ทุกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อองค์กรโดยตรง เช่น กิจกรรมบางประเภทที่เป็นที่เฝ้าติดตามจากหน่วยงานภายนอก เช่น กิจกรรม โรงพยาบาล องค์กรสื่อสารมวลชนจะให้ความสนใจต่อคุณภาพการรักษายาบาล การบริการตามระบบที่เป็นมาตรฐาน การ ป้องกันความเสี่ยง เป็นต้น หรือกิจกรรมการค้าสินค้าโภคภัณฑ์ที่จำเป็นต้องการดำรงชีพ เช่น อาหาร น้ำมัน ยารักษาโรค องค์กรภายนอกยังให้ความสนใจต่อการกำกับดูแลกิจกรรมขององค์กร เช่น การโฆษณาเกินจริง คุณภาพและความปลอดภัยของการ ใช้ผลิตภัณฑ์ การควบคุมด้านกลไกราคาที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค กิจกรรมขององค์กรเหล่านี้จึงจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลกิจการ ที่ดี (good governance)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาจแบ่งเป็น 2 ระดับใหญ่ ๆ คือ

ระดับปฐมภูมิ เป็นกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กรในการ แลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจ ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ คู่ค้าลูกค้าผู้แทนจำหน่าย

ระดับทุติยภูมิ เป็นกลุ่มที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจ แต่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ ได้แก่ ชุมชน รัฐบาล กลุ่มกิจกรรม สื่อมวลชน กลุ่มสนับสนุนธุรกิจ และ กลุ่มสาธารณชนทั่วไป (Lawrence & Weber, 2016) โดยแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอธิบายว่าการที่องค์กรธุรกิจจะประสบความสำเร็จในระยะยาวได้นั้น องค์กร ต้องมีการบริหารโดยให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กร (Freeman, 2010)

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03102
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ จัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Identification and prioritization) ซึ่งเป็นขั้นตอนในการแบ่งประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยทำการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียว่ากลุ่มใดสำคัญมากน้อยกับธุรกิจ โดยกำหนดจากสิ่งที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องการจากธุรกิจ กับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยทำการจัดลำดับความสำคัญจากการฟังพาดกัน โดยกำหนดให้ความสัมพันธ์ที่สำคัญอยู่ในลำดับต้น ๆ ในกระบวนการเชื่อมโยง หากฟังพาดกันมากก็จะให้ลำดับสูง

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพรูทริจโฆษณาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03102.01 ทำความเข้าใจสถานการณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปัจจุบัน	1. ระบุจุดมุ่งหมายของการจัดลำดับได้ 2. วิเคราะห์ผลกระทบจากการจัดลำดับได้ 3. ระบุตัวชี้วัดของการจัดลำดับได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03102.02 วิเคราะห์สถานการณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปัจจุบัน	1. สามารถกำหนดแผนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ 2. สามารถกำหนดประเด็นที่ให้ความสำคัญได้ 3. สามารถจำแนก บทบาทและอำนาจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักที่มีต่อภารกิจที่ได้รับมอบหมายได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03102.03 จัดวางตำแหน่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. สามารถระบุเกณฑ์การจัดลำดับได้ 2. สามารถระบุลำดับก่อนหลังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะด้านการเรียงลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ทักษะการวิเคราะห์

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้ในการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการพึ่งพากัน
2. มีความรู้ในการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นของผู้มีส่วนได้เสีย
3. มีความรู้ในเรื่องระดับความสำคัญของประเด็น มีส่วนสำคัญในการกำหนดว่าธุรกิจควรตอบสนองต่อประเด็นนั้นๆอย่างไร

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Identification and prioritization) ซึ่งเป็นขั้นตอนในการแบ่งประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยทำการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียว่ากลุ่มใดสำคัญมากน้อยกับธุรกิจ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่ม หรือ 3 ระดับ ดังนี้ คือ

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (key stakeholders) คือ ผู้ซึ่งสามารถมีอิทธิพลที่สำคัญ หรือมีความสำคัญต่อความสำเร็จของ กิจกรรม เช่น ลูกค้า ผู้ส่งมอบผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญต่อการผลิต และ/หรือการบริการตลอดจนการปรับปรุง

2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นพื้นฐาน (primary stakeholders) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ผู้ซึ่งได้รับผลกระทบจากกิจกรรม ซึ่งอาจจะได้รับผลกระทบทางบวกหรือทางลบได้ โดยทั่วไปจะเป็นองค์กรที่เป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เช่น ผู้บริโภค (consumer) ตัวแทนทางการค้า (dealer) ผู้ผลิตในขั้นต้น (primary production) จะได้รับผลกระทบจากการ เปลี่ยนแปลงราคาขาย การปรับเปลี่ยนนโยบายทางการค้าทั้งการจัดซื้อและการขาย เป็นต้น

3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นรอง (secondary stakeholders) คือ ทุกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อองค์กรโดยตรง เช่น กิจกรรมบางประเภทที่เป็นที่เฝ้าติดตามจากหน่วยงานภายนอก เช่น กิจกรรม โรงพยาบาล องค์กรสื่อสารมวลชนจะให้ความสนใจต่อคุณภาพการรักษาพยาบาล การบริการตามระบบที่เป็นมาตรฐาน การ ป้องกันความเสี่ยง เป็นต้น หรือกิจกรรมการค้าสินค้าโภคภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ เช่น อาหาร น้ำมัน ยารักษาโรค องค์กรภายนอกยังให้ความสนใจต่อการกำกับดูแลกิจกรรมขององค์กร เช่น การโฆษณาเกินจริง คุณภาพและความปลอดภัยของการ ใช้ผลิตภัณฑ์ การควบคุมด้านกลไกราคาที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค กิจกรรมขององค์กรเหล่านี้จึงจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลกิจการ ที่ดี (good governance)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาจแบ่งเป็น 2 ระดับใหญ่ ๆ คือ

ระดับปฐมภูมิ เป็นกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กรในการ แลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจ ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ คู่ค้าลูกค้าผู้แทนจำหน่าย

ระดับทุติยภูมิ เป็นกลุ่มที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจ แต่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ ได้แก่ ชุมชน รัฐบาล กลุ่มกิจกรรม สื่อมวลชน กลุ่มสนับสนุนธุรกิจ และ กลุ่มสาธารณชนทั่วไป (Lawrence & Weber, 2016) โดยแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอธิบายว่าการที่องค์กรธุรกิจจะประสบความสำเร็จในระยะยาวได้นั้น องค์กร ต้องมีการบริหารโดยให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กร (Freeman, 2010)

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03103
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์
ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับ การกำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์โดยใช้วิธีการที่เหมาะสมผ่านช่องทางต่างๆ สามารถสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอและหลากหลายช่องทาง รวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03103.01 วางกลยุทธ์ในการดำเนินงาน	1. สามารถระบุถึงความต้องการความคาดหวังและผลประโยชน์ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักต้องการได้ 2. สามารถสร้างความสัมพันธ์ระดับบุคคลที่เป็นผู้ติดต่อหลัก (key contact person) ได้ 3. สามารถสร้างความสัมพันธ์ระดับหน่วยงานหรือองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
03103.02 จัดทำช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ได้	1. สามารถเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ 2. สามารถจัดงานแถลงข่าวเพื่อให้ข้อมูลผ่านสื่อได้ 3. สามารถจัดงานสัมมนาประจำปีสำหรับกลุ่มผู้ถือหุ้นกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจได้อย่างสมบูรณ์ 4. สามารถจัดทำรายงานประจำปีได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03103.03 จัดทำช่องทางการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆได้	1. ระบุช่องทางการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มได้ 2. เลือกช่องทางการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มได้ 3. สามารถตอบกลับและรายงานผลการติดต่อทางช่องทางโซเชียลมีเดียได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะด้านการสื่อสาร
2. ทักษะด้านการประสานงาน

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ความรู้ในการเลือกช่องทางในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. ความรู้เกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารประเภทต่างๆ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการกำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์โดยใช้วิธีการที่เหมาะสมผ่านช่องทางต่างๆ สามารถสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอและหลากหลายช่องทาง สามารถเลือกเปิดเผยข้อมูลที่เป็น รวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมใดๆ ที่นำมาสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง การรักษาลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าและสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กร โดยให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ทั้งต่อตัวลูกค้าและองค์กร (Win-Win Strategy) อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน

กระบวนการในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถสรุปได้ว่าประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1. การวิเคราะห์และจำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ การวิเคราะห์ ความต้องการและความคาดหวังการจำแนกประเภท รวมทั้ง การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม
2. การดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และหลากหลายช่องทาง การเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็น รวมทั้ง แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ
3. การประเมินผลการดำเนินการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือการติดตาม ประเมินผล รวมทั้งปรับปรุงแนวทางการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอยู่เสมอ

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03201
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ติดต่อสื่อสารกับลูกค้า
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า วัตถุประสงค์ของการสื่อสารองค์ประกอบของการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารมีประโยชน์อย่างยิ่งทั้งต่อบุคคลและสังคม บุคคลสามารถรับรู้ความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและความต้องการของผู้อื่นก่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน สังคมทุกระดับจะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยการสื่อสารทั้งสิ้น

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03201.01 ทำความเข้าใจกับกลุ่มลูกค้า	1. ระบุกลุ่มลูกค้าได้ 2. ระบุความต้องการของลูกค้าได้ 3. ระบุข้อจำกัดของลูกค้าได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03201.02 สอบถามความต้องการเชิงลึก	1. สังเกตความต้องการเชิงลึกของลูกค้าได้ 2. ระบุความต้องการเชิงลึกของลูกค้าได้ 3. วิเคราะห์ความต้องการเชิงลึกของลูกค้าได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03201.03 อธิบายรายละเอียดข้อมูลให้ชัดเจน	1. สื่อสารผ่านช่องทางอื่นๆ ได้ 2. สามารถใช้เทคนิคการสื่อสารจูงใจให้กลุ่มลูกค้าได้ 3. นำเสนอวัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้ 4. นำเสนอช่องทางการสื่อสารได้ 5. นำเสนอข้อมูลเชิงลึกได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะด้านการพูดเพื่อการสื่อสาร
2. ทักษะด้านการฟังเพื่อการสื่อสาร

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เรื่ององค์ประกอบของการสื่อสาร
2. ความรู้เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารมีประโยชน์อย่างยิ่งทั้งต่อบุคคลและสังคม บุคคลสามารถรับรู้ความรู้สึนึกคิดและความต้องการของผู้อื่น ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน สังคมทุกระดับจะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยการสื่อสารทั้งสิ้น

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

“การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารโดยมีเจตนาที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร”
เมื่อผู้ส่งสารส่งสารไปยังผู้รับสารย่อมก่อให้เกิดผลบางประการที่ผู้ส่งสารปรารถนาในตัวผู้รับสาร ซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ ทักษะ หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารก็ได้ จะเห็นได้ว่าวัตถุประสงค์ที่สำคัญยิ่งของการสื่อสารก็คือ การก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ตระหนักถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนและองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้ชีวิตมนุษย์เกือบทั้งหมด แต่การสื่อสารไม่ใช่การสนทนาที่ง่ายระหว่างผู้คน แต่เป็นระบบการสื่อสารทั้งหมดซึ่งประกอบด้วยฝ่ายสื่อสารหรืออิทธิพลร่วมกันจริยธรรมเทคนิคการสื่อสารและส่วนประกอบอื่น ๆ ในชีวิตประจำวันกับคนที่รักคน ๆ หนึ่งไม่ได้คิดมากเกี่ยวกับน้ำเสียงที่เขามิให้เสียงน้ำเสียงของเขาและข้อมูลที่มีคุณภาพสูง แต่เมื่อกระบวนการสื่อสารมีการเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับงานและขึ้นอยู่กับมันโดยตรงบุคคลควรมีเทคนิคการสื่อสารบางอย่างกับลูกค้าวิธีการสื่อสารข้อมูลและได้รับคำแนะนำ จากกฎและจริยธรรมบางอย่าง

การสื่อสารเป็นการติดต่อสื่อสารกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความรู้สึก นึกคิด ทักษะ ทักษะ ระหว่างกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ที่เหมาะสม การสื่อสารที่สมบูรณ์จำเป็นต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของงาน โดยผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้รับสาร – ผู้ส่งสาร จะต้องมีความรู้พื้นฐาน และประสบการณ์ในเรื่องที่จะสื่อสารกัน และมีความสนใจในเรื่อง หรือประเด็นที่จะสื่อสาร ถ้ามีความรู้ที่ดี หรือทัศนคติที่ดี ก็จะมีความพร้อมในการรับ หรือส่งสาร

2. ตัวสาร จะต้องไม่ซับซ้อน หรือลึกลับมากเกินไป จะต้องไม่มีความขัดแย้งในตัวสารเอง สารเรื่องเดียวกัน อาจนำเสนอได้หลายวิธี จึงต้องเลือกวิธีนำเสนอสารให้อุปสรรคในการสื่อสารน้อยที่สุด หรือไม่เกิดขึ้นเลย บางครั้งอาจต้องนำเสนอทั้งการพูด และเขียน เพื่อเป็นการเสริมสร้างให้เกิดสัมฤทธิ์ผล

3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ภาษาเป็นเครื่องมือสำหรับการสื่อสาร ต้องระมัดระวังไม่ให้เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร ควรเลือกใช้ถ้อยคำที่สื่อความชัดเจน ไม่กำกวม หรือยากเกินไป ไม่ใช่คำศัพท์เฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะถ้าเป็นภาษาเขียน ต้องระวังอย่างมาก เนื่องจากผู้อ่านไม่สามารถสอบถาม เพื่อความเข้าใจได้ทันที

4. สื่อ ถ้าสื่อในการนำเสนอสารเกิดอุปสรรค หรือขัดข้องไม่พร้อมในการนำเสนอ ก็จะทำให้การสื่อสารไม่สัมฤทธิ์ผล เช่น การพูดในสถานที่ที่มีเสียงดังรบกวน หรือเครื่องโทรศัพท์ขัดข้อง หรือแม้แต่การเขียนหนังสือตัวหวัด การพิมพ์ที่เลอะเลือน ทำให้ผู้รับสารรับได้ไม่สะดวก หรือไม่ได้รับสารที่ครบถ้วน รวมถึงสมรรถภาพในฟัง หรือการพูดอาจเป็นอุปสรรคในการสื่อสารได้เช่นกัน

5. กาลเทศะ และสภาพแวดล้อม สถานที่ เวลา และสภาพแวดล้อม ที่เหมาะสม ย่อมก่อให้เกิดการสื่อสารที่ดี เข้าใจที่ตรงกัน ไม่ต้องรีบเร่งรวบรัด จนไม่ได้ใจความที่ถูกต้อง

จรรยาบรรณในการสื่อสารกับลูกค้า

จริยธรรมของการสื่อสารทางธุรกิจ เป็นวิธีที่ดีสำหรับการสื่อสารที่มีประสิทธิผลกับคนที่รักเพื่อนร่วมงาน เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในด้านแรงงาน เมื่อบุคคลได้รับการปฏิบัติด้วยความเคารพเขาจะได้รับทัศนคติเดียวกันในการตอบสนอง หากผู้ขายหักทลายลูกค้าอย่างจริงจังเขาจึงปรับลูกค้าให้กับตัวเองในฐานะที่เป็นใบหน้าของ บริษัท และเมื่อเห็นว่ามีการติดต่อเริ่มพูดคุยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตอบคำถามทั้งหมดของลูกค้าถามเกี่ยวกับความปรารถนาของเขาและแสดงสินค้าและสิ่งนี้ เทคนิคการสื่อสารที่ยอดเยี่ยมกับลูกค้า หลังจากบริการดังกล่าวลูกค้ายังคงพึงพอใจและมีความประทับใจที่นำพอใจของ บริษัท

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. ชุดสหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03202
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ติดต่อสื่อสารกับสื่อ
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารกับสื่อผ่านช่องทางต่างๆ มีความเข้าใจในวิธีการ กระบวนการทำงานของสื่อ ตลอดจนวิเคราะห์ถึงข้อมูลที่สื่อต้องการ เข้าใจบทบาทของสื่อ และหน้าที่ของสื่อ เพื่อให้สามารถดำเนินการติดต่อสื่อสารกับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03202.01 วางแผนการติดต่อสื่อสารกับสื่อ	1. สามารถจัดเตรียมเอกสารหนังสือการเชิญสื่อได้อย่างถูกต้อง 2. สามารถจัดเตรียมโปรแกรมรายละเอียดเอกสารประกอบแก่สื่อได้ 3. สามารถจัดเตรียมเครื่องมือที่พร้อมอำนวยความสะดวกแก่สื่อได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03202.02 เอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลแก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย	1. ระบุผู้ที่สามารถให้ข้อมูล-ตอบข้อซักถามได้ตลอด 24 ชั่วโมงให้กับสื่อได้ 2. สามารถส่งข่าวแจกที่ถูกต้องแม่นยำแก่สื่อ 3. สามารถให้ข้อมูลเหมาะสมกับประเภทของสื่อ 4. สามารถให้ข้อมูลตรงตามความต้องการของสื่อ 5. สามารถเตรียมความพร้อมจัดทำข้อมูลไว้ตอบสนองตามความต้องการของสื่อได้ 6. สามารถให้ข้อมูลข่าวสารแก่สื่อได้ทันทีกรณีเกิดภาวะวิกฤติเกี่ยวกับกิจการขององค์กร	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03202.03 จัดกิจกรรมรักษาความสัมพันธ์กับสื่อ	1. กำหนดประเด็นที่น่าสนใจและมีคุณค่าแก่การเผยแพร่เมื่อนำสื่อเข้าเยี่ยมชมองค์กรได้ 2. วิเคราะห์ความเหมาะสมของการจัดกิจกรรมพบปะสังสรรค์กับสื่อตามโอกาสพิเศษได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการสื่อสารกับสื่อผ่านช่องทางต่างๆ
2. ทักษะการประสานงาน
3. ทักษะการเข้าถึงสื่อที่มีผลกระทบต่อองค์กร

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้ความเข้าใจในวิธีการ กระบวนการทำงานของสื่อ
2. ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่สื่อต้องการ เข้าใจบทบาท และหน้าที่ของสื่อ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับสื่อผ่านช่องทางต่างๆ มีความเข้าใจในวิธีการ กระบวนการทำงานของสื่อ ตลอดจนวิเคราะห์ถึงข้อมูลที่สื่อต้องการ เข้าใจบทบาทของสื่อ และหน้าที่ของสื่อ เพื่อให้สามารถดำเนินการติดต่อสื่อสารกับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ประเภทของการสื่อสาร

การจำแนกประเภทของการสื่อสาร สามารถจำแนกได้หลายลักษณะตามเกณฑ์ และวัตถุประสงค์ที่จะนำมาพิจารณา โดยทั่วไปสามารถจำแนกประเภทของการสื่อสารตามเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

1. จำแนกตามจำนวนผู้สื่อสาร ซึ่งจำแนกได้ดังนี้

- 1.1 การสื่อสารภายในตัวบุคคล หมายถึง การสื่อสารที่บุคคลเดียวเป็นทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสาร เช่นการคิดอยู่คนเดียว การอ่านหนังสืออยู่คนเดียว การพูดกับตัวเอง
- 1.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง การสื่อสารที่มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป สื่อสารกันโดยเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสลับกันไป มองเห็นหน้าตากัน และพูดกันได้อย่างทั่วถึง การสื่อสารประเภทนี้ถือได้ว่าเป็นการสื่อสารในลักษณะกลุ่มย่อย ที่ทุกคนสามารถได้แลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง เช่น การพูดคุยกัน การสอนหนังสือในกลุ่มย่อย การประชุมกลุ่มย่อย การเขียนจดหมายโต้ตอบกัน เป็นต้น
- 1.3 การสื่อสารกลุ่มใหญ่ หมายถึง การสื่อสารระหว่างคนจำนวนมาก ไม่อาจมองเห็นหน้าตาได้อย่างทั่วถึง สมาชิกในกลุ่มไม่สามารถทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารกันได้ทุกคน เพราะมีระเบียบวินัยเข้ามาเกี่ยวข้อง และจำนวนสมาชิกก็มากเกินไป เช่น การบรรยายในที่ประชุม การสอนหนังสือในห้องเรียน การกล่าวคำปราศรัย การพูดหาเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น
- 1.4 การสื่อสารองค์กร เป็นการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับหน่วยงาน หรือหน่วยงานกับบุคคล โดยเนื้อหาของสาร และวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับภารกิจ และงานขององค์กร หรือหน่วยงานเท่านั้น เช่น การสื่อสารในบริษัท การสื่อสารในหน่วยราชการ การสื่อสารในโรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น
- 1.5 การสื่อสารมวลชน หมายถึงการสื่อสารที่มีไปยังประชาชนจำนวนมากในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ซึ่งประชาชนจะอยู่กระจัดกระจายทั่วไป เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว จึงต้องอาศัยสื่อเป็นสื่อมวลชนซึ่งมีอยู่ 4 ชนิด ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร

2. จำแนกตามลักษณะการใช้ภาษา จำแนกได้ 2 ประเภท คือ

- 2.1 การสื่อสารที่ใช้ภาษาล้อยคำ หรือการสื่อสารเชิงวจนภาษา เป็นการสื่อสารที่อยู่ในภาษาพูดหรือภาษาเขียน ได้แก่ การสื่อสารที่ใช้ภาษาพูดและภาษาเขียน เช่น การพูดบรรยาย การอภิปราย การเขียนหนังสือ เป็นต้น
- 2.2 การสื่อสารที่ไม่ใช้ภาษาล้อยคำ หรือการสื่อสารเชิงอวจนภาษา เป็นการสื่อสารที่ไม่ได้อยู่ในภาษาพูดหรือภาษาเขียน ได้แก่ การสื่อสารที่ใช้อักษรปริยัติทาง หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น กริยาอาการ สิ่งของ เวลา ร่างกาย สถานที่ น้ำเสียง เป็นต้น

3. จำแนกโดยถือเกณฑ์เห็นหน้าค่าตากัน คือ ยึดเอาตำแหน่งที่อยู่ของผู้ส่งสาร และผู้รับสารเป็นหลักพิจารณา จำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

- 3.1 การสื่อสารแบบเผชิญหน้าหรือการสื่อสารทางตรง เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสาร และผู้รับสารอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นกัน ได้ตอบซักถามกันได้ทันทีทันใด และมองเห็นอากัปกิริยาซึ่ง กันและกันได้ตลอดเวลาที่ทำการสื่อสาร เช่น การสนทนากัน การเรียนการสอนในห้องเรียน การประชุมสัมมนา เป็นต้น
- 3.2 การสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าหรือการสื่อสารทางอ้อม เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารอยู่ในตำแหน่งที่ต่างกันทั้งสถานที่และเวลา ไม่สามารถซักถามหรือตอบโต้ได้ในทันทีทันใดและไม่สามารถสังเกตกริยาท่าทางซึ่งกันและกันได้ โดยจะอาศัยสื่อกลางเข้ามาช่วย เช่น โทรเลขหนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น

4. จำแนกโดยถือเกณฑ์ความสามารถในการโต้ตอบกัน

- 4.1 การสื่อสารทางเดียว เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่มีโอกาสโต้ตอบกัน อาจเห็นหน้าหรือไม่เห็นก็ได้ โดยผู้ส่งสารไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้พูด หรือโต้ตอบกัน เช่น ครูกำลังสอนนักเรียน โดยไม่เปิดโอกาสให้นักเรียนได้ซักถาม หรือแสดงความคิดเห็นเลย
- 4.2 การสื่อสารสองทาง เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถตอบโต้ได้ขณะทำการสื่อสาร เช่น การคุยตอบโต้กันทางโทรศัพท์ การเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้นักเรียนได้ซักถาม หรือแสดงความคิดเห็น

5. จำแนกประเภทตามเกณฑ์ความแตกต่างระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสาร มี 3 ประเภท คือ

- 5.1 การสื่อสารระหว่างเชื้อชาติ เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างเชื้อชาติ เป็นคนละภาษา ดังนั้นการสื่อสารประเภทนี้ผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องศึกษาภาษา วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม ของผู้ที่ตน เองสื่อสารด้วย เช่น ชาวไทยสื่อสารกับชาวอังกฤษ เป็นต้น ไม่เช่นนั้นการสื่อสารอาจจะล้มเหลวได้

5.2 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เป็นการสื่อสารของคนต่างวัฒนธรรมกัน ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารอาจเป็นคนในประเทศเดียวกัน พูดภาษาเดียวกัน เช่น การสื่อสารระหว่างคนไทยภาคกลาง กับภาคเหนือ คนไทยพื้นราบกับคนไทยภูเขา เป็นต้น

5.3 การสื่อสารระหว่างประเทศ เป็นการสื่อสารในระดับชาติ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร จะต้องปฏิบัติหน้าที่ในฐานะเป็นตัวแทนของชาติ การสื่อสารประเภทนี้มักเป็นการสื่อสารที่เป็นทางการ

6. จำแนกโดยถือลักษณะเนื้อหาวิชา จำแนกได้ 8 ประเภท คือ

6.1 ประเภทข่าวสาร เป็นการสื่อสารที่เน้นเอาสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับระบบข่าวสาร นำไปประยุกต์ใช้กับงานด้านการกระจายข่าว การส่งข่าว การนำข้อมูลที่เก็บไว้มากใช้ ตลอดจนการพัฒนาวิธี วิเคราะห์ระบบข่าวสาร

6.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารที่มุ่งถึงทฤษฎีการสื่อสารใน สถานการณ์ต่าง ๆ ตั้งแต่การสื่อสารแบบตัวต่อตัว การสื่อสารกลุ่มย่อย ตลอดจนการสื่อสารกลุ่มใหญ่

6.3 การสื่อสารมวลชน เป็นการสื่อสารที่มุ่งส่งสารไปสู่คนจำนวนมากซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในที่ต่างๆ ให้ได้รับสารเดียวกันในเวลาเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน

6.4 การสื่อสารการเมือง เป็นการสื่อสารที่มีเนื้อหาไปในทางการเผยแพร่ข่าวสารการเมือง การประชาสัมพันธ์หาเสียง การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับระบบการเมือง การเลือกตั้ง ตลอดจนระบอบ การปกครอง

6.5 การสื่อสารในองค์การ เป็นการสื่อสารที่มีเนื้อหาให้ทราบถึงประสิทธิผลของ การดำเนินงานในองค์การ หรือหน่วยงานทั้งในการบริหารและการจัดการ

6.6 การสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล หมายถึง บุคคลในประเทศเดียวกัน สื่อสารต่างๆวัฒนธรรมกัน หรือการสื่อสารกับบุคคลต่างประเทศ ต่างเชื้อชาติกัน เนื้อหาของสารก็ย่อมเกี่ยวข้องกับทฤษฎี และพฤติกรรมทางวัฒนธรรมด้วย

6.7 การสื่อสารการสอน เป็นการสื่อสารที่มีเนื้อหามุ่งเน้นถึงหลักวิชาการ การวิจัย การถ่ายทอดความรู้ ซึ่งอาจจะอยู่ในระบบการสอน หรือเทคโนโลยีการสอน เช่น การสอนในห้องเรียน การสอนระบบทางไกล เป็นต้น

6.8 การสื่อสารสาธารณสุข เป็นการสื่อสารที่มุ่งเน้นเนื้อหาในการพัฒนาสุขภาพ พัฒนาคุณภาพของชีวิตของประชาชน ตลอดจนการแก้ไขปัญหาในระบบการสาธารณสุข การเผยแพร่ โน้มน้าว ใจให้ประชาชนตระหนักในการพัฒนาสุขภาพพลานามัย

สื่อมวลชน ในฐานะสื่อกลางผู้มีบทบาทและอิทธิพลต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ขององค์กรธุรกิจหรือบุคคลไปยังกลุ่มสาธารณชนต่างๆ รวมทั้งหน้าที่และความรับผิดชอบของสื่อมวลชนเอง ต่างมีความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว และทันสมัยอยู่แล้ว ผู้บริหารและนักสื่อสารองค์กรธุรกิจเอง ต่างก็มีความต้องการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารขององค์กรเช่นกัน ดังนั้น การสื่อสารและประสานงานระหว่างองค์กรกับสื่อมวลชน จึงเป็นการประสานงานร่วมมือและเกื้อกูลกันในด้านข้อมูล ข่าวสาร โดยหัวใจสำคัญอยู่ที่ กลยุทธ์และกลวิธีในการสื่อสาร การให้สัมภาษณ์ การตอบข้อสงสัยหรือซักถาม อันนำมาซึ่งการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรที่ถูกต้องต่อสื่อมวลชน ส่งผลต่อการเผยแพร่หรือตีพิมพ์ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องต่อไปในอนาคต

สื่อมวลชนสัมพันธ์

สื่อมวลชนสัมพันธ์คือ ความสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ที่มีต่อสื่อมวลชน

จากภารกิจหลักของการทำงานในแวดวงวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้ส่งสารต้องป้อนข้อมูลข่าวสารให้แก่สื่อ เพื่อให้สื่อดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารส่งต่อไปยังกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อ นั้น มีวิธีการปฏิบัติเริ่มตั้งแต่การศึกษาและรวบรวมฐานข้อมูลของสื่อทุกประเภท ศึกษาลักษณะการให้ข่าวแก่สื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นการทำข่าวแจก การทำภาพข่าว การทำบทความ สารคดีข่าวส่วนใหญ่จะชอบข่าวเจาะมากกว่าข่าวแจก จึงจำเป็นต้องทำเป็นข่าวรายละเอียดไป ด้วยเพื่อขยายผล บางครั้งต้องทำสารคดีเชิงข่าวรายละเอียดที่จะทำให้ขยายผลมากขึ้นไประดับหนึ่ง เพื่อให้มีความรู้ความเพลิดเพลิน และโน้มน้าวใจ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถนำกลับมาใช้ได้อีกในโอกาสอื่นๆ

การทำแฟ้มคู่มือ เป็นรายละเอียดที่ให้ข่าวแก่สื่อได้ดีกว่าข่าวแจก ภาพข่าว เพราะในแฟ้มจะมีข้อมูลที่ เป็นเอกสารประชาสัมพันธ์ขององค์กร รายชื่อผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องที่สามารถเป็นข้อมูลอ้างอิงเมื่อถึงคราวจำเป็นต้องใช้รวมอยู่ในแฟ้มด้วย

การให้สัมภาษณ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องจัดให้มีการสัมภาษณ์หรือจัดแถลงข่าว เพื่อชี้แจงและเพื่อประชาสัมพันธ์ต่อเตรียมการเชิญ ผู้ให้การต้อนรับ สถานที่ เครื่องมือที่พร้อมอำนวยความสะดวกแก่สื่อในการส่งข้อมูลกับโรงพิมพ์แม่แต่ หุ่นจำลองหรือการแสดงประกอบที่สื่อมวลชนสามารถนำไปเสนอได้

การนำข้อมูการเพื่อให้สื่อมวลชนได้มีโอกาสได้สัมผัสของจริง ต้องมีการนำพาสื่อมวลชนไปชม ศึกษากิจการที่ต้องการเป็นข่าว ในการรับรองต้องมีข้อมูลประกอบ เวลาคัดหมาย โปรแกรมรายละเอียด เอกสารประกอบ การต้อนรับ ของที่ระลึก ตลอดจนการส่งเอกสารเพิ่มเติมหลังจากการดูงานเสร็จสิ้นแล้ว การจัดทำ Press Preview ก็เป็นสิ่งจำเป็น สื่อมวลชนมักได้รับเชิญให้ไปชมกิจกรรมการแถลงล่วงหน้าก่อนผู้อื่นเพื่อจะได้นำข่าวมาเผยแพร่ บางครั้งก็นิยมจัดไปพร้อมกับการแถลงข่าว ทั้งนี้การประเมินผลงานของนักประชาสัมพันธ์สามารถวัดได้จากผลของสื่อที่เผยแพร่เริ่มจากการ วัดผลงานจากการตัดข่าว การเผยแพร่ข่าวในทุกสื่อที่ส่งข่าวออกไป ต้องเผื่อระวังข้อตำหนิข้อชมเชยของสื่อ หากสื่อออกข่าวคลาดเคลื่อนจะได้ชี้แจงทำความเข้าใจ การรวบรวมข่าวผลงานการประชาสัมพันธ์ให้แบ่งเป็น หมวดหมู่ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในคราวหน้า

16. หน่วยสมรรถนะรวม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03203
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร รวมถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถเลือกใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03203.01 ให้คำปรึกษาด้านการสื่อสารแก่ผู้บริหารระดับสูง	<ol style="list-style-type: none"> สรุปผลการวิเคราะห์การตอบสนองของสื่อต่อกิจการขององค์กรได้ รายงานสถานการณ์ความเคลื่อนไหวที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อองค์กรได้ อำนวยความสะดวกด้านทรัพยากรด้านการสื่อสารตามที่ผู้บริหารต้องการได้ สามารถจัดทำข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนาระบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้ สามารถผลิตเนื้อหาสารทุกประเภทสำหรับผู้บริหารใช้เป็นแนวทางในกิจกรรมการสื่อสารตามวาระต่างๆได้ สามารถเสนอแนวทางและข้อเสนอแนะในการเข้าร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้ 	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03203.02 ประสานงานเป็นสื่อกลางภายในองค์กร	<ol style="list-style-type: none"> สามารถจัดทำสื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่างๆที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรได้ สามารถถ่ายทอดนโยบายของผู้บริหารแก่หน่วยงานในสังกัดได้ สามารถสร้างเครือข่ายการติดต่อสื่อสารจากตัวแทนของหน่วยงานต่างๆในองค์กรได้ สามารถจัดทีมงานให้บริการข้อมูลข่าวสารภายในองค์กรได้ สามารถสำรวจความคิดเห็นด้านการสื่อสารภายในองค์กรได้ สามารถจัดทำแบบฟอร์มแสดงความคิดเห็นจากทุกฝ่ายโดยไม่ระบุตัวตนได้ สามารถติดตามและบริหารจัดการทุกข้อร้องเรียนภายในองค์กรได้ สามารถใช้เทคโนโลยีสื่อสารแบบใหม่ช่วยให้การประสานงานระหว่างกันเป็นไปอย่างรวดเร็วและง่ายดาย 	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03203.03 จัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในองค์กร	<ol style="list-style-type: none"> ระบุกิจกรรมประเภทพบปะสังสรรค์ได้ ระบุกิจกรรมประเภทส่งเสริมสุขภาพได้ ระบุกิจกรรมประเภทสืบสานศิลปะ วัฒนธรรมไทยได้ ระบุกิจกรรมประเภทเสริมสร้างความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ได้ ระบุกิจกรรมประเภททักษะและความรู้เพื่อพัฒนาการทำงานในองค์กรได้ 	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

- ทักษะด้านการสื่อสารภายในองค์กรผ่านช่องทางต่างๆ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

- มีความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
- มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร รวมถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถเลือกใช้ช่องทางในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การสื่อสารในองค์กร คือ เครื่องสร้างความเข้าใจ และสร้างวัฒนธรรมตลอดจนสามารถสร้างความมั่นคงให้กับองค์กรนั้นๆ เป็นศูนย์รวมให้องค์กรนั้นๆ ทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ใช้จะต้องเข้าใจและเข้าถึงกระบวนการสื่อสารเป็นอย่างดี เป็นการติดต่อระหว่างบุคคลในองค์กร มีลักษณะเป็นเครือข่าย (Network) ซึ่งอาจจะทำได้โดยใช้เครื่องมือในการสื่อความหมายด้วยการพูด การเขียน การใช้สัญลักษณ์ เพื่อให้ผู้อื่นรับทราบได้

วัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสาร

1) เพื่อแจ้งให้ทราบ คือ การรับและส่งข่าวสารด้านต่างๆ การนำเสนอเรื่องราว ความรู้สึกนึกคิด ความรู้ หรือสิ่งอื่นใด ที่ต้องการให้ผู้รับสารรู้และเข้าใจข้อมูลนั้นๆ โดยมุ่งให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง

2) เพื่อความบันเทิงใจ คือ การรับส่งความรู้สึกที่ดี และมุ่งรักษามิตรภาพต่อกัน เป็นการนำเสนอเรื่องราวหรือสิ่งอื่นใดที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ

3) เพื่อชักจูงใจ คือ การนำเสนอเรื่องราวหรือสิ่งอื่นใดเพื่อจูงใจให้เกิดความร่วมมือ สร้างกำลังใจ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความคิดคล้อยตาม หรือปฏิบัติตามที่ผู้ส่งสารต้องการ และนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไข

ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

1. เป็นเครื่องมือของผู้บริหารในการบริหารงาน เพราะการสื่อสารภายในองค์กรจะช่วยให้สามารถทำงานได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากการทำงานต้องอาศัยหลายฝ่าย หลายส่วนงานเข้ามาช่วยเสริมสร้างศักยภาพให้กับองค์กร

2. เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับบุคลากรต่างๆ ภายในองค์กรเดียวกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน และสร้างความไว้วางใจต่อกัน โดยเฉพาะการเปิดโอกาสให้บุคลากรในระดับต่างๆ ได้มีส่วนร่วมในการบริหารงานของผู้บริหาร

3. การช่วยกันปฏิบัติภารกิจขององค์กรและมีการประสานงานระหว่างกัน พร้อมทั้งทำงานสอดคล้องกันแม้ว่าจะต่างฝ่ายกันก็ตาม แต่เพื่อองค์กรเดียวกัน ผู้บริหารสามารถใช้การสื่อสารให้เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวภายในองค์กรให้ได้

4. การช่วยให้เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ จากปัจจัยต่างๆ ข้างต้นเมื่อผสมผสานเข้ากันแล้ว สามารถช่วยทำให้เกิดการพัฒนาองค์กรได้

โดยเฉพาะพลังขับเคลื่อนที่นำโดยผู้บริหารที่รู้จักการสื่อสารภายในองค์กรเป็นอย่างดี

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การสื่อสารคือเครื่องมืออย่างหนึ่งของผู้บริหาร ที่จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร ถ้าผู้บริหารเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกระดับบริหารมีส่วนในการบริหาร ถ้าขาดการสื่อสารก็ไม่สามารถที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีแก่บุคลากรได้

กระบวนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

การติดต่อสื่อสารเป็นกิจกรรมที่ทุกคนจะต้องปฏิบัติอยู่เสมอไม่ว่าจะต้องตำแหน่งใดในองค์กร ทั้งในแง่ส่วนตัว บุคคลต่างๆ ก็ต้องมีการสื่อสารกันเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลการทำงาน หรือเพื่อการประสานงานและความเข้าใจต่างๆ อย่างเหมาะสม และในแง่องค์กรการสื่อสารจะช่วยสร้างและจรรโลงวัฒนธรรมขององค์กรให้ยาวสืบต่อไป และสร้างองค์กรให้ก้าวไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ด้วย การติดต่อสื่อสารขององค์กรประกอบด้วย 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร และการติดต่อสื่อสารภายนอก การสื่อสารภายในองค์กรซึ่งสรุปได้อยู่ 4 ทิศทางใหญ่ๆ คือ

1. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) ซึ่งเป็นการติดต่อจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นลักษณะของการสั่งงาน บอกรายงานวัตถุประสงค์ การมอบหมายงาน การให้ข้อมูลย้อนกลับในการทำงาน (Performance Feedback) รวมทั้งการประชุม (Meeting) ก็เป็นวาระที่ติดต่อกันได้ ในปัจจุบันการติดต่อจากบนลงล่างที่ผู้บริหารนิยมใช้มากคือ การประชุมงาน การจัดทำวารสารภายใน ตลอดจนพยายามให้บุคลากรเห็นความสัมพันธ์ว่างานของเขามีความสำคัญและมีผลต่อแผนงานโครงการขององค์กรอย่างไรบ้าง เพื่อจะได้ช่วยกันสร้างสรรค์ผลงานให้สูงขึ้น

2. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากบุคลากรไปยังผู้บริหาร เช่น การขอคำแนะนำ การรายงานผลการปฏิบัติงานให้ผู้บริหารได้ทราบ ซึ่งการสื่อสารแบบนี้มักจะมีข้อสงสัยและไม่ค่อยเกิดขึ้น เพราะบุคลากรไม่กล้าพอที่จะติดต่อกับผู้บริหารเพราะกลัวว่าผู้บริหารจะประเมินตนเองว่า ไม่มีความสามารถ ไม่เก่ง หรือกลัวว่าจะได้รับผลในทางลบกลับคืนมา หรือถ้าจะสื่อก็อาจจะสื่อข้อมูลที่เป็นเรื่องดีเพื่อเอาใจผู้บริหารจะอย่างไรก็ตามองค์กรควรต้องส่งเสริมให้มีการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบนให้มากขึ้น จากงานวิจัยของแกรีแครพ (1990) พบว่า การสื่อสารจากล่างขึ้นบนจะก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการดังนี้

2.1 ทำให้ผู้บริหารได้ข้อมูลย้อนกลับจากการทำงาน เช่น ปัญหาจากการปฏิบัติงานซึ่งผู้บริหารจะได้ใช้ข้อมูลเหล่านั้นเป็นฐานในการกำหนดเป้าหมาย นโยบาย และทิศทางขององค์กรด้วย

2.2 ทำให้ผู้บริหารได้รับทราบประสิทธิผลและปัญหาอุปสรรคจากบนลงล่าง

2.3 ทำให้พนักงานลดความกดดัน และความเครียดต่างๆ ลงได้ระดับหนึ่ง เพราะได้โอกาสสื่อสารให้ผู้บริหารได้รับทราบข้อมูลและปัญหา

2.4 ทำให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมและมีความผูกพันกับองค์กรมากขึ้น จึงเพิ่มแรงยึดเหนี่ยวขององค์กรให้สูงขึ้นได้

ดังนั้นผู้บริหารจึงควรส่งเสริมให้บุคลากรมีการสื่อสารกับผู้บริหารมากขึ้นในรูปแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้ เช่น จัดให้มีกล่องรับความคิดเห็น จัดสำรวจทัศนคติของบุคลากรในเรื่องต่างๆ เช่น สำรวจความคิดเห็นด้านการสื่อสาร , ประกาศนโยบายเปิดประตูกว้างให้สามารถเข้าพบผู้บริหารได้สะดวกขึ้น , การประชุมนัดพิเศษ , การพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ

3. การสื่อสารในแนวนอน (Later หรือ Horizontal Communication) เป็นการสื่อสารในแนวทางเดียวกัน กลุ่มงานเดียวกัน หรือในระดับเดียวกันจะมีความเป็นมิตร เป็นกันเอง จะช่วยให้การประสานงานได้ดีขึ้น ซึ่งช่วยลดเวลาการสื่อสารตามสายงาน และยังเป็นช่องทางในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในองค์กรเพราะได้มีโอกาสรับรู้ข่าวสารข้อมูลระหว่างกันทำให้เห็นโอกาสต่างๆ มากขึ้น

4. การติดต่อสื่อสารในแนวทแยง (Diagonal Communication) มักเป็นการสื่อสารข้ามแผนกและข้ามระดับ โดยปกติมักจะเป็นการสื่อสารของฝ่ายให้คำแนะนำ (Staff) กับฝ่ายปฏิบัติการ (Line) เช่น ผู้จัดการฝ่ายบุคคลติดต่อไปยังพนักงานฝ่ายการผลิตเพื่อแจ้งข้อมูลด้านกฎระเบียบที่ประกาศให้ใช้ พนักงานได้ทราบ

อาจสรุปได้ว่าผู้บริหารคือบุคคลที่สำคัญที่สุดในองค์กร ที่จะเลือกใช้กระบวนการสื่อสารอย่างใด อย่างหนึ่งให้มีความเหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กรและสามารถเห็นความแตกต่างของบุคลากรโดยเฉพาะองค์กรที่มีบุคลากรจำนวนมากและต่างสาขาวิชาชีพ

และจะต้องใส่ใจในรายละเอียดส่วนนี้ด้วย เนื่องจากการทำงานต้องอาศัยส่วนงานหลายๆ ฝ่าย จึงจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารที่สามารถสื่อให้เข้าใจถึงภารกิจแต่ละด้านได้เป็นอย่างดี และเป็นการช่วยลดทอนปัญหาภายในองค์กร ซึ่งผู้บริหารจะต้องรู้จักบุคคลกรในแต่ละฝ่ายให้มากขึ้น รู้จักสภาพที่แท้จริงขององค์กรเป็นอย่างดี จึงจะเอื้อประโยชน์ให้กับองค์กรได้อย่างสมบูรณ์

ช่องทางการติดต่อสื่อสาร

การติดต่อสื่อสารในองค์กร สามารถจำแนกช่องทางออกเป็น 2 ช่องทางคือ

1. ช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ (formal communication channels) เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน โดยผ่านระเบียบข้อบังคับโครงสร้างการบริหารขององค์กร โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง หรือล่างขึ้นบน หรือในระดับเดียวกันก็ได้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการนี้จะมีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้ส่ง และผู้รับข่าวสาร ดังนี้

- การติดต่อสื่อสารนั้นต้องสร้างความเข้าใจที่ดี และถูกต้องแก่ผู้รับข่าวสาร
- ข่าวสารที่ส่งออกไปต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร
- การติดต่อสื่อสารนั้นควรสอดคล้องกับความสนใจของผู้รับข่าวสาร
- ผู้รับข่าวสารต้องสามารถที่จะปฏิบัติ หรือยอมรับข่าวสารนั้นได้ทั้งทางจิตใจ และร่างกาย

การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการจะประสบความสำเร็จ และมีประสิทธิภาพได้ ต่อเมื่อผู้บริหารมีความรอบรู้ และชำนาญในการติดต่อสื่อสาร และระบบการบริหารองค์กรที่แตกต่างกันก็ย่อมมีผลต่อการติดต่อสื่อสารด้วย ตัวอย่างการติดต่อสื่อสารลักษณะนี้ เช่น การติดต่อราชการ หรือการกระทำที่ต้องมีลายลักษณ์อักษรตามระเบียบบริหารองค์กร ฯลฯ

2. ช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (informal communication channels) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์กรตามกลุ่มสังคม หรือความชอบพอโดยตรง อาศัยความสัมพันธ์กัน คุณเคย การแนะนำจากเพื่อนฝูง การรู้จักเป็นการส่วนตัว โดยไม่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของการบริหารองค์กร เป็นลักษณะของการพบปะพูดคุยสนทนากัน การระบายความทุกข์ หรือการขอคำปรึกษากันในงานเลี้ยง ซึ่งจะเป็นลักษณะแบบปากต่อปาก ประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารจะมีมาก หรือน้อยขึ้นกับการยอมรับความเข้าใจ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่มที่ไม่เป็นทางการด้วยกัน

การติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีลักษณะการกระจายข่าวแบบพวงงอน ซึ่งอาจเป็นบ่อเกิดของข่าวลืออันเป็นการทำลายขวัญ ชื่อเสียง และทำลายอำนาจหน้าที่ที่มีอยู่ในองค์กรได้ อย่างไรก็ตามถ้านำการติดต่อสื่อสารลักษณะนี้มาใช้เสริมการติดต่อสื่อสารในลักษณะที่เป็นทางการได้นั้น ก็อาจจะช่วยส่งผลให้งานสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรได้

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03204
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารภายนอกองค์กร รวมถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กรที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถเลือกใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03204.01 สื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมาย	1. รวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มเป้าหมายได้ 2. ติดตามการบริหารจัดการข้อร้องเรียนตลอด 24 ชั่วโมงได้ 3. สามารถทำการตอบสนองกลับตามความต้องการจากกลุ่มเป้าหมายได้ 4. สามารถทำการตอบสนองกลับกลุ่มเป้าหมายอย่างเสมอภาคได้ 5. เลือกใช้ช่องทางติดต่อสื่อสารระหว่างกันกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม 6. สามารถใช้เทคโนโลยีสื่อสารแบบใหม่ช่วยให้การประสานงานระหว่างกันเป็นไปอย่างรวดเร็วและง่ายดาย	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03204.02 สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในเชิงรุก	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถตรวจสอบและติดตามความเคลื่อนไหวจากการนำเสนอและการแสดงความคิดเห็นที่ส่งผลกระทบต่อกิจการขององค์กรในสื่อสังคมออนไลน์ได้ 2. สามารถสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนข่าวสารกับพันธมิตรเพื่อใช้ประโยชน์ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ 3. สามารถเตรียมความพร้อมด้านฐานข้อมูลที่ทันสมัยและคล่องตัวในการนำไปใช้ได้สะดวกและทันกับสถานการณ์ได้ 4. สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องไว้วงหน้าได้ 5. สามารถวางแผนการสื่อสารไว้รองรับกับสถานการณ์ต่างๆ จากกลุ่มเป้าหมายได้ 6. สามารถใช้เทคโนโลยีสื่อสารแบบใหม่ช่วยให้การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและง่ายดายได้ 7. สามารถใช้วิธีการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ 	<p>ข้อสอบข้อเขียน</p> <p>การสัมภาษณ์</p>
03204.03 รับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน	<ol style="list-style-type: none"> 1. กำหนดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ 2. กำหนดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสมดุลสามด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม 3. กำหนดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยข้อมูลที่เป็นจริง 	<p>ข้อสอบข้อเขียน</p> <p>การสัมภาษณ์</p>

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะด้านการสื่อสารภายนอกองค์กรผ่านช่องทางต่างๆ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร
2. มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการสื่อสารภายนอกองค์กร รวมถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถเลือกใช้ช่องทางติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การติดต่อสื่อสารภายนอก (External Communication) หมายถึง การสร้างความเข้าใจร่วมกันกับบุคคลหรือองค์กร ภายนอก ได้แก่ ประชาชนทั่วไป กลุ่มลูกค้า คู่แข่งขัน ประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้กลุ่มประชาชนภายนอกองค์กรเหล่านี้รู้และเข้าใจ พร้อมทั้งให้การสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรเนื่องจากการติดต่อสื่อสารภายนอกเป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มประชาชนภายนอกซึ่งมีจำนวนมาก ดังนั้น การสื่อสารภายนอกจึงมักนิยมใช้สื่อมวลชน (Mass Communication) เป็นช่องทางในการสื่อสารภายนอก เช่น วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ซึ่งต้องใช้งบประมาณในการดำเนินการค่อนข้างมาก

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ความหมายของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ซินจิตต์ แจงเจนกิจ (2546, น. 12-13) คือ กิจกรรมการตลาดที่กระทำต่อลูกค้า อาจจะเป็นลูกค้าผู้บริโภคหรือลูกค้าคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละรายอย่างต่อเนื่องมุ่งให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจมีการรับรู้ที่ดี ตลอดจนรู้สึกชอบบริษัทและสินค้าหรือการบริการของบริษัท ทั้งนี้จะมุ่งเน้นกิจกรรมการสื่อสารแบบสองทางมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้าให้ได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย (Win-Win Strategy) เป็นระยะเวลายาวนาน

สินธ์ฟ้า แสงจันทร์ (2547, น. 47-49) คือกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ปฏิบัติต่อลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยแนวทางการปฏิบัติเป็นลักษณะตัวต่อตัวหรือเฉพาะกลุ่มเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่ม อันก่อให้เกิดความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการ รวมถึงการจรรงรักภักดีต่อตรา ยี่ห้อหรือองค์กร ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและเพื่อผลกำไรในระยะยาวขององค์กร

วิรพงศ์ จันทร์สนาม (2551, น. 45) คือการบูรณาการเครื่องมือทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และกระบวนการให้บริการลูกค้าในการขาย การตลาดทางตรง การจัดการทางการบัญชีและกระบวนการสั่งซื้อ และการสนับสนุนการให้บริการลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจและรับรู้ที่ดี ทั้งยังสามารถทำการวิเคราะห์ถึงคุณค่าความสำคัญของลูกค้าแต่ละบุคคล (Customization) สร้างความจงรักภักดี (Loyalty) และสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กรตลอดไป

โกศล พรประสิทธิ์เวช (2552, น. 1-3) การศึกษา “ความต้องการ” และ “พฤติกรรม”

ของลูกค้าเป็นกระบวนการตอบสนองให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมีความสัมพันธ์ที่ดียิ่งขึ้น นำไปสู่รายได้ผลงานที่มากขึ้นในอนาคต นำข้อมูลที่ได้จาก CRM มาวิเคราะห์วางแผนกลยุทธ์ กำหนดนโยบายการขาย การให้บริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้าแต่ละกลุ่ม สินค้าหรืองานแต่ละชนิด ในการปรับปรุง เพิ่ม/ลด การทำงานให้เหลือเท่าที่จำเป็น เพื่อลดค่าใช้จ่ายลง นำข้อมูลที่ได้จากระบบมาใช้ในการตรวจสอบและควบคุมภายในได้ง่ายและสะดวกขึ้น

กล่าวโดยสรุป การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมใดๆ ที่นำมาสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง การรักษาลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าและสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กร โดยให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ทั้งต่อตัวลูกค้าและองค์กร (Win-Win Strategy) อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน

วัตถุประสงค์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ใดๆ ก็ตามล้วนแต่มีวัตถุประสงค์สำคัญ ดังนี้

1. เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าการบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาหนึ่ง
2. เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือการบริการ และบริษัททำให้ลูกค้าทราบวิธีการใช้สินค้าอย่างถูกต้องสามารถจดจำ และมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัทและสินค้าหรือบริการของบริษัทในระยะยาว
3. เพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อบริษัทสินค้าหรือบริการ กรณีที่บริษัทมีสินค้าจำหน่ายหลายสายผลิตภัณฑ์ การที่ลูกค้าซื้อสินค้าของบริษัทในสายผลิตภัณฑ์หนึ่งแล้วรู้สึกประทับใจในทางบวกโอกาสที่บริษัทจะเสนอขายสินค้าในสายผลิตภัณฑ์อื่น (Cross Selling) ได้สำเร็จก็จะมีมากขึ้น
4. เพื่อให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือการบริการต่อไปยังผู้อื่น เกิดการพูดแบบปากต่อปาก (Words-of-Mouth) ในทางบวกเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งมีความน่าเชื่อถือมากกว่าคำกล่าวอ้างในโฆษณาเสียอีก

ความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ชินจิตต์ แจงเจนกิจ (2546, น. 44-46) กล่าวถึงความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มี 4 ประการ ได้แก่

1. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผู้บริโภคหรือคนกลางในช่องทางการตลาดแต่ละราย (Customized) อย่างเป็นกันเอง (Personalized)
2. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์อาจยังไม่ได้เพิ่มยอดขายในทันที หากแต่ผลลัพธ์ในรูปของยอดขาย จะเกิดขึ้นในระยะยาวจากการที่ลูกค้ารู้สึกประทับใจ มีความเข้าใจและรับรู้ที่ดี ดังนั้นสิ่งที่ได้รับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ คือ การผูกสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องในระยะยาว (Long-Time Relationship)
3. บริษัทและลูกค้าได้ประโยชน์จากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ทั้งสองฝ่าย (Win-Win Strategy)
4. ช่วยให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication)

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03301
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งาน
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบแนวคิดการสร้างสรรค์งาน โดยมีความรู้ความเข้าใจในการออกแบบรูปแบบงานประเภทต่างๆ สามารถถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงานที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน และสามารถนำไปสร้างสรรค์สื่อที่มีคุณภาพต่อไป

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03301.01 ศึกษารายละเอียดของงาน	1. ระบุรายละเอียดขององค์กรได้ 2. ระบุรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ 3. ระบุกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03301.02 หารือสมาชิกในทีมเพื่อออกแบบแนวคิดที่สร้างสรรค์	1. สรุปประเด็นการหารือได้ 2. นำเสนอแนวคิดได้ 3. สามารถสื่อสารกับทีมได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03301.03 ออกแบบ Theme & Concept ที่เหมาะสมกับการนำเสนอ Key Message	1. กำหนดแนวคิดหลัก 2. ออกแบบ Mood & Tone และ 3. ออกแบบวิธีการเล่าเรื่อง	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะความคิดสร้างสรรค์
2. ทักษะการถ่ายทอดแนวคิด

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับออกแบบวิธีการเล่าเรื่อง
2. ความรู้การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์
3. ความรู้เกี่ยวกับออกแบบ Theme & Concept

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถการออกแบบแนวคิดการสร้างสรรค์งาน

โดยมีความรู้ความเข้าใจในการออกแบบรูปแบบงานประเภทต่างๆ สามารถถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงานที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน และสามารถนำไปสร้างสรรค์สื่อที่มีคุณภาพต่อไป

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การออกแบบ หมายถึง การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงานที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน

ความสำคัญของการออกแบบ มีอยู่หลายประการ กล่าวคือ

1. ในแง่ของการวางแผนการทำงาน งานออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตาม ขั้นตอน อย่างเหมาะสม และประหยัดเวลา ดังนั้นอาจถือว่าการออกแบบ คือ การวางแผนการทำงานก็ได้
2. ในแง่ของการนำเสนอผลงาน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกันอย่างชัดเจน ดังนั้น ความสำคัญในด้านนี้ คือ เป็นสื่อความหมายเพื่อความเข้าใจระหว่างกัน
3. เป็นสิ่งที่ยืดหยุ่นละเอียดเกี่ยวกับงาน งานบางประเภทอาจมีรายละเอียดมากมายซับซ้อน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องและผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้นหรืออาจกล่าวได้ว่า ผลงานออกแบบ คือ ตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด
4. แบบ จะมีความสำคัญอย่างที่สุด ในกรณีที่นักออกแบบกับผู้สร้างงานหรือผู้ผลิตเป็นคนละคนกัน เช่น สถาปนิกกับช่างก่อสร้าง นักออกแบบกับผู้ผลิตในโรงงานหรือถ้าจะเปรียบไปแล้ว นักออกแบบก็เหมือนกับคนเขียนบทละครนั่นเอง

ขั้นตอนกระบวนการคิด Creative

1. แนวคิดในการออกแบบ Concept การคิดที่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง+ความต้องการของลูกค้า และการสื่อความหมาย-สื่อสารให้ ตรงกลุ่มเป้าหมาย

าหมายให้มากที่สุด (ประโยชน์ใช้สอย+ความสวยงาม)

2. ข้อมูลรายละเอียด-เนื้อหาของโครงการ DATA/Project ทำความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการและเป้าหมายของกิจกรรม/โครงการ
3. รูปภาพ Picture + สี Color คำนึงถึงการสื่อความหมายให้ตรงมากที่สุด และความเหมาะสมของภาพ ทำให้ดูน่าสนใจ ดึงดูด และ สวยงาม เช่น การใช้สีให้ตรงกับองค์กร
4. ข้อความ ตัวอักษร (Font) การใช้ตัวอักษรให้เหมาะสมกับลักษณะงาน บรรยากาศ และโอกาส
5. การจัดวางรูปแบบ Lay Out

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03302
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ จัดทำโครงการการผลิตสื่อ
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง
5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์
ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำโครงการผลิตสื่อชนิดต่างๆ โดยเข้าใจวัตถุประสงค์ เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย กำหนดแนวคิดในการสื่อสาร ออกแบบเนื้อหา และนำเสนอโครงร่างได้ เพื่อให้สามารถนำไปผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารต่อไปได้

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03302.01 เข้าใจวัตถุประสงค์การสื่อสาร	1. สามารถกำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสารได้ 2. สามารถกำหนดช่องทางในการสื่อสารได้ 3. สามารถระบุแนวทางที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03302.02 เข้าใจกลุ่มเป้าหมายการสื่อสาร	1. สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายได้ 2. สามารถพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายได้ 3. สามารถเลือกช่องทางให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน การสังเกตการณ์ ณ สถานที่ปฏิบัติงาน
03302.03 กำหนดแนวคิดในการสื่อสาร	1. สามารถกำหนดประเด็นหลักในการสื่อสารที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้ 2. สามารถกำหนดแนวคิดต้องนำไปใช้กับสื่อได้หลากหลาย 3. สามารถนำไปใช้ได้จริง แปลกใหม่ ไม่ซ้ำ	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน การสังเกตการณ์ ณ สถานที่ปฏิบัติงาน
03302.04 ออกแบบเนื้อหา	1. กำหนดลีลาและกานำเสนอ (Mood & Tone) ได้ 2. ออกแบบ Key Element องค์ประกอบต่างๆ ได้ (การใช้ภาษาภาพ เสียง และประสบการณ์)	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน การสังเกตการณ์ ณ สถานที่ปฏิบัติงาน
03302.05 นำเสนอโครงร่าง	1. จัดเตรียมการนำเสนอได้ 2. จัดทำตัวอย่างโครงร่างสื่อที่จะผลิตได้ 3. สามารถกำหนดงบประมาณ ระยะเวลา และบุคคลากร	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน การสังเกตการณ์ ณ สถานที่ปฏิบัติงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการออกแบบโครงร่าง
2. ทักษะด้านการนำเสนอ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการจัดทำโครงร่างการผลิตสื่อ
2. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายของการจัดทำโครงร่างการผลิตสื่อ
3. มีความรู้ในการกำหนดแนวคิดในการสื่อสาร
4. มีความรู้เกี่ยวกับออกแบบเนื้อหา

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากรายละเอียดหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการจัดทำโครงร่างการผลิตสื่อชนิดต่างๆ โดยเข้าใจวัตถุประสงค์ เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย กำหนดแนวคิดในการสื่อสาร ออกแบบเนื้อหา และนำเสนอโครงร่างได้ เพื่อให้สามารถนำไปผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารต่อไปได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การจัดทำโครงร่างการผลิตสื่อจำเป็นต้องเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารก่อนเป็นอันดับแรก ต้องสามารถตีโจทย์ได้ว่าสื่อที่ต้องการเผยแพร่ออกไปนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารไปนั้นคือกลุ่มเป้าหมายใด จำเป็นต้องทำการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ทำการสื่อสารออกไปมีประสิทธิภาพอย่างสูงสุด นอกจากนั้นยังจำเป็นต้องกำหนดช่องทางในการสื่อสาร ซึ่งช่องทางการสื่อสาร คือ ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องทางเปรียบเหมือนทางหรือพาหะระหว่างผู้ร่วมสื่อสาร แบ่งช่องทางการสื่อสารออกเป็น 3 ประเภท

1. ช่องทางที่เป็นตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสารไปให้ผู้รับสาร ซึ่งได้แก่ คลื่นแสง คลื่นเสียง วิทยุ โทรเลข โทรทัศน์หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ช่องทางเหล่านี้เน้นหนักในเรื่องสื่อทางเทคโนโลยี
2. ช่องทางที่เป็นพาหะของสิ่งที่นำสาร เช่น อากาศ ซึ่งเป็นตัวนำคลื่นเสียงไปสู่ประสาทรับความรู้สึกต่างๆ หรือประสาททั้งห้า (ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส) ช่องทางประเภทนี้พบในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล
3. วิธีในการเข้ารหัสและถอดรหัสสาร (mode of encoding and decoding) เช่น การใช้วิธีพูด การใช้วิธีเขียน เป็นต้น ซึ่งนักทฤษฎีนิเทศศาสตร์โดยทั่วไปไม่ยอมรับว่า “ช่องทางการสื่อสาร” ในความหมายนี้ เรโอ (Rao) เน้นว่าช่องทางการสื่อสารมีลักษณะดังต่อไปนี้

- ช่องทางเป็นหน่วยพลังงานมวลสาร (matter – energy unit) ประเภทหนึ่งเรียกว่าสื่อ (medium)
- ช่องทางเป็นตัวนำส่งหน่วยพลังงานมวลสารซึ่งมีการจัดเป็นระเบียบแบบแผนที่เรียกว่าสารสนเทศ (information)
- ช่องทางเป็นตัวเชื่อมระหว่างบุคคลที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

นอกจากนั้นการออกแบบเนื้อหา ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดลีลาและการนำเสนอ (Mood & Tone) หรือแม้แต่การออกแบบองค์ประกอบต่าง ๆ นั้น จำเป็นต้องใช้ความรู้ความสามารถในการออกแบบเพื่อให้น่าสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03303
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ออกแบบสื่อดั้งเดิม
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบสื่อดั้งเดิม โดยสื่อดั้งเดิมถือว่าเป็นสื่อที่เริ่มขึ้นมาในยุคต้นๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงประชาชนผู้รับสารได้ คราวละมากๆ และเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ในการออกแบบสื่อดั้งเดิมจำเป็นต้องระบุองค์ประกอบของสื่อดั้งเดิมได้ รวมถึงเลือกใช้เครื่องมือในการออกแบบสื่อดั้งเดิม เพื่อให้การออกแบบสื่อส่งผลการผลิตสื่อที่มีคุณภาพต่อไป

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03303.01 เลือกประเภทของสื่อที่จะสื่อสาร	1. ระบุความแตกต่างของสื่อดั้งเดิมแต่ละชนิดได้ 2. เลือกสื่อดั้งเดิมได้อย่างเหมาะสม 3. ระบุข้อจำกัดได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03303.02 ออกแบบสื่อตามวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอ	1. สามารถระบุองค์ประกอบของสื่อดั้งเดิมได้ 2. ระบุเครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบได้ (โปรแกรม) 3. สามารถออกแบบสื่อดั้งเดิมได้อย่างเหมาะสม 4. สามารถเลือกผู้ออกแบบสื่อดั้งเดิมได้อย่างเหมาะสม (กรณีจ้างออกแบบ)	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะด้านการออกแบบ
2. ทักษะการเขียนแบบ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับสื่อดั้งเดิมแต่ละชนิด
2. มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบ
3. ความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบของสื่อดั้งเดิม

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการออกแบบสื่อดั้งเดิม โดยสื่อดั้งเดิมถือว่าเป็นสื่อที่เริ่มขึ้นมาในยุคต้นๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงประชาชนผู้รับสารได้ คราวละมากๆ และเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ในการออกแบบสื่อดั้งเดิมจำเป็นต้องระบุองค์ประกอบของสื่อดั้งเดิมได้ รวมถึงเลือกใช้เครื่องมือในการออกแบบสื่อดั้งเดิม เพื่อให้การออกแบบสื่อส่งผลกระทบต่อการผลิตสื่อที่มีคุณภาพต่อไป

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

สื่อดั้งเดิม คือสื่อที่เกิดขึ้นก่อน เป็นสื่อที่เริ่มขึ้นมาในยุคต้นๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงประชาชนผู้รับสารได้ คราวละมากๆ เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ผู้รับสารได้รับสารเพียงทาง เดียว ผู้ส่งสารไม่สามารถทราบผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ในเวลานั้นๆ เสียเวลานาน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ซึ่งประชาชนหรือผู้บริโภคสื่อไม่สามารถตอบโต้หรือแสดงความคิดเห็นลงไปนในสื่อได้เลย

สื่อแบบดั้งเดิมมีข้อจำกัดมากกว่าสื่อใหม่ เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสารมีเนื้อหาจำกัด สำหรับข่าวข้อมูลและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่นเดียวกับข้อจำกัดด้านเวลาในการออกอากาศของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ส่วนสื่อใหม่ก็มีข้อจำกัดอยู่บ้างตรงที่ไม่ได้เป็นการตีพิมพ์ข้อมูลข่าวสารลงบนกระดาษ รวมทั้งไม่ได้เป็นการออกอากาศรายการวิทยุและโทรทัศน์ไปยังผู้คนจำนวนมากในเวลาที่เหมาะสม ข้อมูลที่มีอยู่จะสามารถตอบสนองผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสารได้ก็ต่อเมื่อผู้รับสารมีความต้องการและเปิดหน้าจอคอมพิวเตอร์เท่านั้นแต่แนวโน้มในปัจจุบันจำนวนประชาชนที่เล่นอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว น่าจะเป็นการลดปัญหาในประเด็นนี้ไปได้จำนวนหนึ่งกล่าวได้ว่าขณะที่สื่อดั้งเดิมส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้รับสารในลักษณะที่เป็น “Passive receivers” แต่ผู้รับสารของสื่อใหม่เป็นผู้รับสารที่มีลักษณะ “Active seeker” คือ เป็นฝ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้วยตนเอง ตามความสนใจของตนเองโดยอิสระ ดังนั้นข้อมูลที่ไม่สามารถหาได้จากสื่อดั้งเดิม อาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ก็สามารถหาได้จากสื่อใหม่โดยไม่มีขีดจำกัด

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03304
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ออกแบบสื่อใหม่
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง
5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบสื่อใหม่โดยต้องสามารถระบุความแตกต่างของสื่อใหม่แต่ละชนิดได้ ในการออกแบบสื่อใหม่จำเป็นต้องระบุองค์ประกอบของสื่อใหม่ได้ รวมถึงเลือกใช้เครื่องมือในการออกแบบสื่อใหม่ เพื่อให้การออกแบบสื่อส่งผลกระทบต่อการผลิตสื่อที่มีคุณภาพต่อไป

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03304.01 เลือกประเภทของสื่อใหม่ที่จะทำการสื่อสาร	1. ระบุความแตกต่างของสื่อใหม่แต่ละชนิดได้ 2. เลือกสื่อแนวใหม่ได้เหมาะสม 3. ระบุข้อจำกัดได้ (เวลาในการถ่าย)	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03304.02 ออกแบบสื่อใหม่ตามวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอ	1. ระบุองค์ประกอบของสื่อใหม่ได้ (สตอรี่บอร์ด) 2. ระบุเครื่องมือในการออกแบบสื่อใหม่ (โปรแกรม) ได้ 3. สามารถออกแบบสื่อใหม่ได้อย่างเหมาะสม	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการออกแบบ
2. ทักษะการเขียนแบบ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับสื่อใหม่แต่ละชนิด
2. มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบสื่อใหม่
3. ความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบของสื่อใหม่

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการออกแบบสื่อใหม่โดยต้องสามารถระบุความแตกต่างของสื่อใหม่แต่ละชนิดได้ ในการออกแบบสื่อใหม่จำเป็นต้องระบุองค์ประกอบของสื่อใหม่ได้ รวมถึงเลือกใช้เครื่องมือในการออกแบบสื่อใหม่ เพื่อให้การออกแบบสื่อส่งผลต่อการผลิตสื่อที่มีคุณภาพต่อไป

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

สื่อใหม่ คือการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ที่มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามา ประกอบการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารนั้นทันสมัยมากยิ่งขึ้น และไม่จำกัดอยู่ในวงแคบๆอีกต่อไป นอกจากนี้สื่อใหม่ยังเป็นการทำให้ผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็ใครที่อยู่ทั่วทุกมุมโลกสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและชัดเจนอันเป็นการกระจายข่าวสารไปได้ทุกสารทิศ เช่น การส่งอีเมล ทวิตเตอร์ การแชท และสื่อที่ผู้บริโภคสามารถที่จะตอบโต้กับสื่อมวลชนได้ ในขณะที่สื่อดั้งเดิมไม่สามารถทำได้ เช่น การส่ง sms ไปในรายการต่างๆที่ เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นในโทรทัศน์ หรือการโทรศัพท์เข้าไปในรายการวิทยุหรือโทรทัศน์เพื่อแสดงความคิดเห็น ซึ่งในปัจจุบันสื่อใหม่ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากทุกวงการก็ว่าได้ ไม่เฉพาะวงการสื่อสารมวลชน แต่ยังมีอีกมากมาย เช่น ด้านการศึกษา คมนาคม อุตสาหกรรม ฯลฯ

สื่อใหม่ การสื่อสารผ่าน อินเทอร์เน็ตโดยผ่านสมาร์ทโฟน ติดต่อกับทุกคน ทำให้การเข้าถึง ตัวของแต่ละบุคคลเป็นเรื่องที่ง่ายมากๆ ยอดติดตาม ยอดฟอลโล สามารถบอก feedback ของสินค้าแต่ละตัวบุคคลได้โดยผ่านแอปพลิเคชันต่างๆของสมาร์ทโฟนการเข้าถึงง่ายที่สุดก็เพียงแค่คลิกเข้าไป เช่น Instargram Social cam Twitter เป็นต้น

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03401
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ผลิตสื่อ
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตสื่อ โดยต้องสามารถกำหนดกรอบระยะเวลาในการผลิตได้ รวมถึงสามารถผลิตสื่อดั้งเดิมสื่อใหม่ตามการออกแบบได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้ได้ชิ้นงานสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

ccc

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)
03401.01 กำหนดกรอบระยะเวลาในการผลิต	1. สามารถจัดตารางการผลิตตามลำดับก่อนหลังได้อย่างเหมาะสม 2. สามารถกำหนดระยะเวลาในการผลิตสื่อแต่ละชนิดได้อย่างเหมาะสม	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03401.02 ผลิตสื่อดั้งเดิมตามการออกแบบ	1. สามารถเขียนเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม 2. สามารถเลือกใช้ภาพได้อย่างเหมาะสม 3. สามารถเลือกใช้เสียง ได้อย่างเหมาะสม 4. สามารถถ่ายทำ/บันทึกเสียงได้อย่างถูกต้อง 5. สามารถลำดับภาพได้อย่างถูกต้องเหมาะสม	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03401.03 ผลิตสื่อใหม่ตามการออกแบบ	1. สามารถเขียนเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม 2. สามารถเลือกใช้ภาพได้อย่างเหมาะสม 3. สามารถเลือกใช้เสียง ได้อย่างเหมาะสม 4. สามารถถ่ายทำ/บันทึกเสียงได้อย่างถูกต้อง 5. สามารถลำดับภาพได้อย่างถูกต้องเหมาะสม	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03401.04 แก้ไขการผลิตสื่อ	1. สามารถแก้ไขสื่อดั้งเดิมตามคำแนะนำได้อย่างถูกต้อง 2. สามารถแก้ไขสื่อใหม่ตามคำแนะนำได้อย่างถูกต้อง	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการผลิตสื่อ
2. ทักษะด้านการออกแบบสื่อดั้งเดิม

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อแต่ละประเภท
2. ความรู้เรื่องการเลือกองค์ประกอบในการผลิตสื่อแต่ละประเภท

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการผลิตสื่อโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการผลิตสื่อ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการผลิตสื่อ โดยต้องสามารถกำหนดกรอบระยะเวลาในการผลิตได้ รวมถึงสามารถผลิตสื่อดั้งเดิมสื่อใหม่ตามการออกแบบได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้ได้ชิ้นงานสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

สื่อดั้งเดิม คือ สื่อที่เกิดก่อน คือสื่อที่เริ่มมาในยุคต้นๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้คราวละมากๆ เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ผู้รับสารได้รับสารเพียงทางเดียว ผู้ส่งสารไม่สามารถทราบผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ในเวลานั้นๆ เสียเวลานาน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ซึ่งประชาชนหรือผู้บริโภคสื่อไม่สามารถตอบโต้หรือแสดงความคิดเห็นลงในสื่อได้เลย ช่องทางการกระจายข่าวสารค่อนข้างแคบ สามารถประชาสัมพันธ์ได้เฉพาะบางกลุ่ม บางทีไม่สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ 100% การส่งข้อมูลประชาสัมพันธ์เป็นไปได้ช้า ส่งสารได้ช่องทางเดียวไม่มีการตอบกลับของผู้บริโภค

การผลิตสื่อดั้งเดิม คือการดำเนินการผลิตสื่อดั้งเดิมเพื่อประชาสัมพันธ์ โดยที่บุคลากรในองค์กรหรือหน่วยงานเป็นผู้ดำเนินการผลิตสื่อดั้งเดิมขึ้นมาเอง โดยไม่ได้มีการจัดจ้างให้มีการผลิต จากบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกองค์กร โดยสื่อดั้งเดิมที่บุคลากรในองค์กรหรือหน่วยงานนั้นเป็นผู้ดำเนินการผลิต จะมีลักษณะที่เป็นสื่อพื้นฐานทั่วไปที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งไม่ได้มีความยุ่งยากซับซ้อนในการดำเนินการผลิต

การผลิตสื่อใหม่

สื่อใหม่ คือการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ที่มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามา ประกอบการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารนั้นทันสมัยมากยิ่งขึ้น และไม่จำกัดอยู่ในวงแคบๆอีกต่อไป นอกจากนี้สื่อใหม่ยังเป็นการทำให้ผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็ใครที่อยู่ทั่วทุกมุมโลกสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและชัดเจนอันเป็นการกระจายข่าวสารไปได้ทุกสารทิศ เช่น การส่งอีเมลล์ ทวิตเตอร์ การแชท และสื่อที่ผู้บริโภคสามารถที่จะตอบโต้กับสื่อมวลชนได้ในขณะที่สื่อดั้งเดิมไม่สามารถทำได้ เช่น การส่ง sms ไปในรายการต่างๆที่ เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นในโทรทัศน์ หรือการโทรศัพท์เข้าไปในรายการวิทยุหรือโทรทัศน์เพื่อแสดงความคิดเห็น ซึ่งในปัจจุบันสื่อใหม่ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากทุกวงการก็ว่าได้ ไม่เฉพาะวงการสื่อสารมวลชน แต่ยังมีอีกมากมาย เช่น

ด้านการศึกษา คมนาคม อุตสาหกรรม ฯลฯ

สื่อใหม่ เป็นการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตโดยผ่านสมาร์ทโฟน ทำให้การเข้าถึงตัวของแต่ละบุคคลเป็นเรื่องที่ง่ายมากๆ ยอดติดตาม ยอดฟอลโลว์ สามารถบอก feedback ของสินค้าแต่ละตัวบุคคลได้โดยผ่านแอปพลิเคชันต่างๆของสมาร์ทโฟนการเข้าถึงก็ง่ายที่สุดก็เพียงแค่คลิกเข้าไป เช่น Instagram Social cam Twitter เป็นต้น

การผลิตสื่อใหม่ คือการดำเนินการผลิตสื่อใหม่เพื่อประชาสัมพันธ์ โดยที่บุคลากรในองค์กรหรือหน่วยงานเป็นผู้ดำเนินการผลิตสื่อใหม่ขึ้นมาเอง โดยไม่ได้มีการจ้างให้การผลิต จากบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกองค์กร โดยสื่อใหม่ที่บุคลากรในองค์กรหรือหน่วยงานนั้นเป็นผู้ดำเนินการผลิต จะมีลักษณะที่เป็นสื่อพื้นฐานทั่วไปที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งไม่ได้มีความยุ่งยากซับซ้อนในการดำเนินการผลิตมากนัก โดยมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประกอบการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารนั้นทันสมัยมากยิ่งขึ้น และไม่จำกัดอยู่ในวงแคบ และอาศัยเทคโนโลยีในปัจจุบันมาเป็นช่องทางในการเผยแพร่สื่อใหม่ให้กระจายและทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03402
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ควบคุมการผลิตสื่อ
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการควบคุมการผลิตสื่อ โดยผู้ควบคุมการผลิตจะต้องดำเนินการจัดการดูแล ควบคุม และชี้แนะ เพื่อให้สามารถดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมาย ทำหน้าที่ดูแลสถานการผลิต อีกทั้งยังต้องมีความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่อย่างมาก เพราะจะต้องรายงานความคิดเห็นของตนเองเกี่ยวกับจุดที่เป็นปัญหาหรือจุดที่ต้องปรับปรุงแก้ไขได้

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03402.01 ตรวจสอบขั้นตอนของกระบวนการผลิต	1. สามารถเข้าใจกระบวนการผลิตอย่างถูกต้อง 2. ติดตามขั้นตอนของกระบวนการผลิตได้ 3. สามารถควบคุมการผลิตให้ดำเนินการได้จำนวนตามแผนที่กำหนดไว้อย่างถูกต้องครบถ้วน 4. สามารถบันทึกการตรวจสอบและผลการผลิตได้อย่างถูกต้อง 5. สามารถรายงานผลการตรวจสอบและผลการผลิตได้อย่างถูกต้อง	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03402.02 ให้คำแนะนำ	1. สามารถบอกถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดความเสียหายได้อย่างถูกต้อง 2. สามารถชี้แนะเพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการตรวจเช็ค
2. ทักษะการบันทึกผล

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตอย่างถูกต้อง
2. มีความรู้เกี่ยวกับการรายงานผลการตรวจสอบและผลการผลิต

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการผลิตสื่อใหม่ เข้าใจในบทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน รวมถึงประเภทของสื่อใหม่ กลุ่มเป้าหมายของการใช้สื่อใหม่ และช่องทางต่างๆในการใช้สื่อใหม่ เพื่อให้สามารถผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การควบคุมการผลิต

เป็นรักษาความสม่ำเสมอของกระบวนการผลิตให้เกิดความราบรื่น มีประสิทธิภาพสูงสุด เกิดผลเสียน้อยที่สุด ใช้เวลาน้อยที่สุด ได้ผลผลิตมากที่สุด และทันต่อความต้องการ ซึ่งการควบคุมการผลิตในที่นี้เป็นการควบคุมการผลิตที่ทำการผลิตขึ้นเองภายในองค์กรและภายนอกองค์กร โดยเป็นการตรวจสอบขั้นตอนของกระบวนการผลิต ซึ่งผู้ควบคุมการผลิตจำเป็นต้องเข้าใจกระบวนการผลิตทั้งหมดอย่างถูกต้องเสียก่อน นอกจากนั้นยังทำการติดตามขั้นตอนของกระบวนการผลิต และสิ่งสำคัญคือการคุมการผลิตให้ได้จำนวนตามแผนที่กำหนดไว้ หรือให้ได้ตามรูปแบบของแผนที่วางไว้ รวมถึงทำการบันทึกผลการตรวจสอบและผลการผลิตเพื่อรายงานสถานการณ์การผลิต และชี้แนะเพื่อแก้ไขปัญหาที่พบขณะควบคุมการผลิตเพื่อให้ได้ชิ้นงานที่มีประสิทธิภาพ

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03403
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ การออกแบบรูปแบบของการจัดงาน รวมไปถึงกระบวนการทำงานของสื่อ กิจกรรม การจัดลำดับขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้การผลิตสื่อกิจกรรมตรงตามเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ได้

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03403.01 ออกแบบการดำเนินกิจกรรม (การออกแบบตกแต่งสถานที่ การเขียนสคริป และการดำเนินการจัดงาน)	1. มีความเข้าใจ และตกแต่งสถานที่ตามแนวคิดที่วางไว้ อาจจะทำด้วยตนเอง หรือจ้างบริษัทภายนอก 2. สามารถควบคุมทิศทางการสื่อสารแบรนด์ ผ่านการตกแต่งสถานที่ การจัดโซนกิจกรรมและรูปแบบงาน ให้ตอบแนวคิดในการประชาสัมพันธ์ 3. สามารถเข้าใจ หรือเขียนกำหนดการ คำกล่าวของผู้บริหาร และลำดับขั้นตอนการการจัดกิจกรรม	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03403.02 การบริหารจัดการกิจกรรม	1. สามารถสื่อสารและควบคุมการจัดงานให้เป็นไปตามกำหนดการ และวัตถุประสงค์ของการทำประชาสัมพันธ์ 2. สามารถแก้ปัญหาหน้างาน รวมถึงเตรียมแผนรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03403.03 การประชาสัมพันธ์กิจกรรม	1. มีความสามารถในการกำหนด และรู้ว่าจะเก็บภาพ และคลิปบรรยากาศการจัดงานอย่างไร เพื่อนำไปสื่อสารในช่องทางต่างๆ 2. สามารถจัดทำสคริปเรียงลำดับกำหนดการระหว่างการดำเนินงานได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะด้านการจัดกิจกรรม
2. ทักษะด้านการประสานงาน
3. ทักษะด้านการประชาสัมพันธ์
4. ทักษะด้านการบริหารงบประมาณในการจัดกิจกรรม

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
2. มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบรูปแบบของการจัดกิจกรรม
3. มีความรู้เกี่ยวกับการจัดลำดับขั้นตอนต่างๆ
4. มีความรู้เกี่ยวกับการจัดทำ Story board

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ การออกแบบรูปแบบของการจัดงาน รวมไปถึงกระบวนการทำงานของสื่อกิจกรรม การจัดลำดับขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้การผลิตสื่อกิจกรรมตรงตามเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

สื่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระหรือโอกาสต่าง ๆ โดยมากจัดในรูปของนิทรรศการ การออกร้าน งานฉลอง การประกวด การแข่งขัน ประงานสถาปนาองค์กร หรือการเปิดให้เข้าชมกิจการในวันสำคัญ มีลักษณะเด่น 3 ประการ คือ

1. ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนจำนวนมากมาเข้าร่วมงาน
2. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงานและองค์กรให้เป็นที่ยึดถือของประชาชน
3. ประชาชนที่มาร่วมงานได้รับสาระประโยชน์ ส่วนองค์กรได้สร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตาประชาชนเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์

1. เพื่อให้การศึกษาทางอ้อมในวิชาการสาขาต่าง ๆ และเหตุการณ์ต่าง ๆ แก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย
2. เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล กิจกรรมของสถาบันต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
3. เพื่อกระตุ้นเร้ากลุ่มประชาชนเป้าหมายให้ร่วมมือกับสถาบันหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อสถาบัน ไปในทางที่พึงประสงค์
4. เพื่อสร้างความบันเทิง สนุกสนานความพึงพอใจแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

เทคนิคการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ

1. กำหนดจุดประสงค์งานและวางแผนชัดเจน

ก่อนที่จะเริ่มดำเนินการทุก ๆ ขั้นตอน ผู้จัดจำเป็นที่จะต้องกำหนดจุดประสงค์งานก่อนเป็นอย่างแรก การที่รู้ว่าจะต้องทำอะไร ต้องการจะสื่ออะไร จะทำให้ข้อมูลที่ออกมา เป็นรูปเป็นร่างยิ่งขึ้น นอกจากตัวผู้จัดเองจะรู้แล้วสิ่งที่กำลังทำคืออะไร การกำหนดจุดประสงค์อย่างชัดเจนจะทำให้มีการวางแผนงานที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้เข้าร่วมกิจกรรมก็จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นการตัดไฟแต่ต้นลม หากผู้จัดมีข้อมูลในส่วนนี้เตรียมพร้อมไว้ ไม่ว่าจะคำถามไหนๆ ที่จะเข้ามา ก็จะสามารถตอบได้อย่างแน่นอน เป็นผลดีกับทั้งสองฝ่ายอย่างเห็นได้ชัด

2. ศึกษากลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียด

เมื่อกำหนดและวางแผนเรียบร้อยแล้ว ก็จะต้องมาศึกษากลุ่มเป้าหมายที่เลือกไว้อย่างละเอียดอีกรอบ ต้องวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่สุด หากไม่ทำขั้นตอนนี้ กิจกรรมที่จะจัดก็อาจจะไม่มีคนเข้าร่วมฟังได้ ในขั้นตอนนี้ถ้าจزمไปถึงการออกแบบและการใช้ภาษาในการประชาสัมพันธ์อีกด้วย ความเป็นมืออาชีพอีกอย่างหนึ่งที่เขาไม่ได้คือควรที่จะมีการประชาสัมพันธ์ออกไปทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษนั่นเอง รวมถึงโปสเตอร์หรืออาร์ตเวิร์กต่างๆ ของงาน ก็ควรที่จะมีการออกแบบที่ดี ดูเป็นมืออาชีพ เพราะนี่เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในการเชิญชวนให้มาร่วมกิจกรรมอย่างหนึ่งก็ว่าได้

3. เลือกสถานที่ที่เหมาะสม

การเลือกสถานที่ที่เหมาะสมกับประเภทการจัดงานก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน รายละเอียดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการจัดวางโต๊ะ การจัดวางเก้าอี้ ขนาดของห้องหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทุกอย่างควรคำนึงถึงจำนวนผู้เข้าร่วมงานและประเภทของผู้เข้าร่วมงานเป็นต้น รวมถึงต้องคำนึงถึงการเดินทางอีกด้วยว่า สถานที่ที่เลือกนั้นเหมาะสมหรือไม่ มีที่จอดรถหรือไม่ หรือว่าควรจัดสถานที่ที่ใกล้รถไฟฟ้า สำหรับหัวข้อนี้ก็เป็นอีกอย่างที่จะต้องทำ

4. มองหาวิทยากรที่เหมาะสมกับหัวข้อที่จัดตั้งขึ้น

เทคนิคการจัดกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพอีกอย่างหนึ่งก็คือการมองหาวิทยากรที่เหมาะสมกับหัวข้อที่กำหนดนั่นเอง ในประเทศไทยมีวิทยากรมากมาย ขึ้นอยู่กับว่าผู้จัดนั้นจะเลือกได้เหมาะสมหรือไม่ แน่แน่นอนว่าวิทยากรที่ดีไม่ใช่วิทยากรที่ผู้คนรู้จักเยอะเพียงอย่างเดียว แต่วิทยากรที่ดีที่เหมาะสมนั้น จะต้องทำการควบคุมบรรยากาศภายในงานพร้อมทั้งถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเป็นธรรมชาติ

5. ละเอียต รอบคอบ พร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง

พื้นฐานอย่างหนึ่งของผู้จัดงานอยู่แล้วในข้อนี้ แต่ผู้จัดหลายๆ คนที่ขาดตรงนี้ไป และทำให้งานมีประสิทธิภาพและความเป็นมืออาชีพน้อยลง เมื่อเริ่มการจัดงานแล้ว สถานการณ์ที่คาดไม่ถึงถึงทั้งหลายอาจจะเกิดขึ้นได้ อย่างเช่นการขัดข้องของอุปกรณ์หรือคนสัมนมาก่อความวุ่นวาย ทุกอย่างล้วนเกิดขึ้นได้ ทางผู้จัดเองก็ควรที่จะมีความละเอียด

รอบคอบและมีแผนสำรองสำหรับเหตุการณ์เหล่านี้ด้วย

6. มีการสรุปใจความของการจัดกิจกรรม

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมหลายๆ ท่านอาจจะเกิดความสับสนได้ว่า สุดท้ายแล้วเราทำอะไรที่การจัดงานนี้กันแน่ เพราะฉะนั้นในตอนสุดท้ายก่อนการปิดงาน การสรุปใจความสำคัญของการจัดกิจกรรมที่เกิดขึ้นจึงสำคัญอย่างมากเลยทีเดียว เพียงการสรุปไม่กี่คำ แต่ถ้าหากการสรุปนั้นจับใจความและประเด็นสำคัญออกมาได้ ผู้เข้าร่วมจะต้องพอใจกับข้อมูลที่ได้ พร้อมทั้งสามารถนำข้อมูลที่ได้รับตลอดการประชุมนั้นๆ ไปต่อยอดจนเกิดประโยชน์ได้อย่างแน่นอน

7. เก็บรวบรวมข้อเสนอแนะเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุง

และเมื่อจบงาน ก็ถึงเวลาที่ผู้จัดจะต้องนำข้อเสนอแนะต่างๆ มาประมวลผลกันบ้างนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลในส่วนของรายรับ รายจ่าย สถิติ การวางแผนงาน จำนวนผู้เข้าร่วมงานรวมถึงแบบสอบถามที่ทำขึ้น ข้อมูลทุกส่วนล้วนแต่มีประโยชน์ต่อผู้จัดทั้งสิ้น ไม่ควรปล่อยทิ้งไปแม้แต่นิดเดียว และแน่นอนว่าข้อมูลพวกนี้ถูกรวบรวมและเก็บไว้เพื่อที่ผู้จัดจะได้นำมาพัฒนาและปรับปรุงในส่วนต่างๆ ต่อไป

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. utschahkkrmmร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03404
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ตรวจสอบสื่อก่อนการเผยแพร่
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการตรวจสอบสื่อก่อนเผยแพร่ โดยสามารถตรวจสอบความถูกต้อง คุณภาพของงาน ตรวจสอบความถูกต้องของสื่อ เช่น การพิสูจน์อักษรตรวจสอบความถูกต้องของงาน การสะกดคำถูกคำผิด แบบตัวพิมพ์ถูกต้องหรือไม่ รวมถึงตรวจสอบสื่อที่ผลิตให้อยู่ในระยะเวลาที่กำหนดไว้ การใช้ภาพรูปแบบ สี ความละเอียดเป็นไปตามที่กำหนดไว้ตามโครงร่าง ก่อนนำไปเผยแพร่ตามช่องทางต่างๆ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03404.01 ตรวจสอบคุณภาพของสื่อ	1. สามารถตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและการใช้ภาษาให้มีความถูกต้องได้ 2. สามารถตรวจสอบความถูกต้องขององค์ประกอบโดยรวมของสื่อได้ (โทนสี เสียง ภาพ ขนาดตัวหนังสือ) 3. สามารถตรวจสอบสื่อว่าอยู่ในกรอบระยะเวลาที่กำหนดได้ 4. สามารถตรวจสอบด้านจริยธรรม ความเหมาะสมได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03404.02 ให้คำแนะนำ	1. สามารถแนะนำการใช้ภาษาให้มีความถูกต้องได้ 2. สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมของสื่อได้ (โทนสี เสียง ภาพ ขนาดตัวหนังสือ) 3. สามารถแนะนำด้านจริยธรรม ความเหมาะสมได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและภาษา
2. ทักษะการตรวจสอบสื่อให้อยู่ในระยะเวลาที่กำหนด

(ข) ความต้องการด้านความรู้

ความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบสื่อให้ได้คุณภาพ

ความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบองค์ประกอบโดยรวมของสื่อได้ (โทนสี เสียง ภาพ ขนาดตัวหนังสือ)

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการตรวจสอบสื่อก่อนเผยแพร่ โดยสามารถตรวจสอบความถูกต้องคุณภาพของงานตรวจสอบความถูกต้องของสื่อ เช่น การพิสูจน์อักษรตรวจสอบความถูกต้องของงาน การสะกดคำถูกคำผิด แบบตัวพิมพ์ถูกต้องหรือไม่ รวมถึงตรวจสอบสื่อที่ผลิตให้อยู่ในระยะเวลาที่กำหนดไว้ การใช้ภาพ รูปแบบ สี ความละเอียดเป็นไปตามที่กำหนดไว้ตามโครงร่าง ก่อนนำไปเผยแพร่ตามช่องทางต่างๆ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

หลังจากทำการผลิตสื่อเสร็จแล้วนั้น จะทำการตรวจสอบความถูกต้องของสื่อที่ผลิต ไม่ว่าจะ เป็นความถูกต้องของเนื้อหาและการใช้ภาษา ความถูกต้องขององค์ประกอบโดยรวมของสื่อ เช่น โทนสี เสียง ภาพ ขนาดตัวหนังสือหรือฟอนท์ที่ใช้ในการผลิตสื่อ รวมถึงการตรวจสอบการผลิตสื่อว่าอยู่ในกรอบระยะเวลาที่กำหนดหรือไม่ เช่น สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะเป็นคลิปวิดีโอ เป็นต้น และอีกประเด็นสำคัญ คือ การตรวจสอบด้านจริยธรรม ความเหมาะสม โดยจะต้องไม่รู้จักคำต่อสีหรือของบุคคลอื่น ซึ่งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันเป็นส่วนหนึ่งเข้ามาเปลี่ยนแปลงบทบาทและรูปแบบการนำเสนอ โดยมีช่องทางที่สามารถประชาสัมพันธ์อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นสื่อโซเชียลมีเดีย ต่างๆ ทั้ง เฟซบุ๊ก (Facebook) และ ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นต้น ซึ่งความรวดเร็วที่เกิดขึ้นนั้นอาจทำให้การเสนอข้อมูลข่าวสารไม่มีความรอบคอบเท่าที่ควร ดังนั้นจึงควรตรวจสอบอย่างเคร่งครัดเพื่อไม่ให้ละเมิดหรือรู้กลัทธิของผู้อื่น

16. หน่วยสมรรถนะรวม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03405
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ควบคุมงานสื่อสารออนไลน์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถควบคุมกระบวนการทำงานของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้ ดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายในการซื้อโฆษณาและพื้นที่โฆษณา วิเคราะห์ช่องทางการทำประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มต่างๆ รวมถึงไปถึงกระบวนการทำงานของช่องทางสื่อออนไลน์ การจัดลำดับขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้การสื่อสารออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ตรงตามเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ได้

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03405.01 วางแผนและควบคุมค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	1. เลือกซื้อโฆษณาหรือการโปรโมทที่เหมาะสมได้ 2. ประมาณการค่าใช้จ่ายได้ 3. วางแผนความสำคัญการใช้จ่ายตามแพลตฟอร์มต่างๆ ได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03405.02 วางแผนการสื่อสารออนไลน์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	1. ระบุกลุ่มเป้าหมายหลักในการสื่อสารออนไลน์ตามแพลตฟอร์มได้ 2. ระบุกลุ่มเป้าหมายรองในการสื่อสารออนไลน์ตามแพลตฟอร์มได้ 3. ระบุ Content และรูปภาพให้ Mood and Tone ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03405.03 วิเคราะห์ช่วงเวลาและวิธีการในแต่ละแพลตฟอร์ม	1. ระบุเวลาที่เหมาะสมต่อการปล่อยเนื้อหาได้ 2. ระบุความถี่ในการส่งเนื้อหาลงแพลตฟอร์ม 3. ลงกิจกรรมและแคมเปญต่างๆ ในระยะเวลาที่เหมาะสมและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03405.04 ดูแลการทำงานเผยแพร่สื่อออนไลน์ไม่ให้เกิดปัญหา	1. ติดตามประเด็นสถานการณ์ปัจจุบันในช่องทางออนไลน์ได้ 2. สามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบผลตอบรับจากข้อมูลที่ดึงมาจากระบบได้ 3. ติดตามแนวโน้มการทำประชาสัมพันธ์ของคู่แข่งบนสื่อออนไลน์ 4. แก้ไขปัญหาเบื้องต้นในการสื่อสารออนไลน์	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะด้านการจัดกิจกรรม
2. ทักษะด้านการประสานงาน
3. ทักษะด้านการประชาสัมพันธ์
4. ทักษะด้านการบริหารงบประมาณในการจัดกิจกรรม

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
2. มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบรูปแบบของการจัดกิจกรรม
3. มีความรู้เกี่ยวกับการจัดลำดับขั้นตอนต่างๆ
4. มีความรู้เกี่ยวกับการจัดทำ Story board

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการควบคุมงานสื่อสารออนไลน์โดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินควบคุมงานสื่อสารออนไลน์ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการควบคุมกระบวนการทำงานของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้

ดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายในการซื้อโฆษณาและพื้นที่โฆษณา วิเคราะห์ช่องทางการทำงานประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มต่างๆ รวมไปถึงกระบวนการทำงานของช่องทางออนไลน์ การจัดลำดับขั้นตอนต่างๆ ให้ตรงตามเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจุบันตัวเลขผู้ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนในประเทศไทยแตะ 20 ล้านคน เมื่อบวกกับพัฒนาการของกล้องโทรศัพท์มือถือซึ่งนับวันยิ่งทรงพลังมากขึ้น จึงเอื้อต่อการที่ผู้ใช้สามารถอัปเดตเหตุการณ์ต่างๆ กับเพื่อนฝูงและผู้ติดตามได้อย่างรวดเร็วทันใจ ยิ่งไปกว่านั้น สำหรับผู้บริโภคจำนวนมากในยุค โมบาย เฟิร์ส (Mobile First) นั้น สื่อสังคมออนไลน์เป็นทั้งศูนย์รวมแห่งประสบการณ์บนเว็บและเป็นจุดประสงค์หลักของการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งนำไปสู่โอกาสในการค้นพบช่องทางสื่อสารใหม่ๆ ในขณะที่กำลังท่องเที่ยวโซเชียลมีเดีย

การใช้งานโซเชียลมีเดียในประเทศไทยยังคงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยร้อยละ 80 ของผู้บริโภคออนไลน์ใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย หรือ IM (Instant Messaging) เป็นประจำทุกวัน ตามการศึกษาล่าสุดโดยบริษัท กันตาร์ ทีเอ็นเอส (Kantar TNS) ผู้ค้นคว้าวิจัยและให้คำปรึกษาชั้นนำระดับโลก ภายใต้โครงการ “คอนเนคเต็ดไลฟ์” (Connected Life) ซึ่งทำการวิจัยกับผู้บริโภคกว่า 70,000 คน เผยว่า LINE ครองพื้นที่ประสบการณ์ออนไลน์มากที่สุด โดยผู้บริโภคไทยมากถึงร้อยละ 92 ใช้แพลตฟอร์มสัญชาติญี่ปุ่นดังกล่าว

พบว่าร้อยละ 86 ของผู้บริโภคออนไลน์ใช้ Facebook, ร้อยละ 31 เล่น Instagram, ร้อยละ 16 ใช้ Twitter, และร้อยละ 6 ใช้ Snapchat นอกจากนี้ ผลการศึกษาของโครงการ “คอนเนคเต็ดไลฟ์” เผยว่าผู้บริโภคออนไลน์ใช้โซเชียลมีเดียหรือ IM รวมกว่า 5.6 แพลตฟอร์มโดยเฉลี่ย ซึ่งตัวเลขดังกล่าวบ่งชี้ว่านอกเหนือจากเครือข่ายของ LINE นั้น ช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ยังคงมีบทบาทสำคัญต่อแบรนด์ในการเข้าถึงผู้บริโภค

พฤติกรรมการใช้งานโซเชียลใน ประเทศไทย

ผู้ใช้งาน Facebook 41 ล้านยูสเซอร์ในไทย

มีผู้ชาย วัย 18-34 ปี ใช้นามากที่สุด

- คนไทยนิยมโพสต์ Facebook มากที่สุดในช่วงเวลา 10:00- 12:00 น. รองลงมาเป็นช่วงบ่าย และมาพักอีกที 20:00- 21:00 น. แต่ช่วงเวลาที่แบรนด์นิยมโพสต์มากที่สุดคือช่วง 11.00 น. และ 20.00 น.
- ช่วงเวลาที่คน Engage กับโพสต์มากที่สุด (กดไลค์ คอมเมนต์ และแชร์) คือ 16:00- 20:00 น. ส่วนในวันที่มีการ Engage มากที่สุดคือวันพุธ ช่วง 9:00- 16:00 น. และวันเสาร์เป็นวันที่มีการ Engage น้อยที่สุด
- ในทวีตเตอร์มีการทวีตมากที่สุดช่วง 20:00- 22:00 น. และมีการ Engage ช่วง 20:00- 23:00 น. มากที่สุด
- สำหรับ Instagram คนนิยมโพสต์มากที่สุด คือ 20:00- 21:00 น.
- ช่วงเวลาที่คน Engage กับโพสต์ใน Instagramมากที่สุดคือ 17:00- 22:00 น. โดยช่วงเย็นวันศุกร์และวันเสาร์เป็นช่วงที่พีคที่สุดที่คน Engagement

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03501
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ทดสอบเผยแพร่สื่อ
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการทดสอบสื่อ โดยต้องมีความสามารถในการเลือกกลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้ทดสอบสื่อก่อนการเผยแพร่ รวมถึงการเลือกแนวทางการทดสอบสื่อซึ่งจำเป็นต้องเลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท ก่อนการเผยแพร่ รวมถึงสามารถนำข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุงเพื่อแก้ไขสื่อ ก่อนการเผยแพร่จริง

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03501.01 เลือกกลุ่มเป้าหมาย	1. สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายที่จะมาเป็นผู้ทดสอบสื่อก่อนการเผยแพร่ 2. สามารถสรุปกลุ่มเป้าหมายในการทดสอบสื่อแต่ละประเภทได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03501.02 เลือกแนวทางการทดสอบ	1. เลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท ก่อนการเผยแพร่ 2. สามารถสรุปแนวทางการทดสอบสื่อแต่ละประเภทได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03501.03 เสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุง	1. สามารถเลือกใช้คำอธิบาย/คำบรรยายเนื้อหาที่มีความถูกต้องและเหมาะสมได้ 2. สามารถนำข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุงเพื่อแก้ไขสื่อ ก่อนการเผยแพร่จริง	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการใช้เครื่องมือเพื่อใช้ทดสอบสื่อ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับการเลือกกลุ่มเป้าหมาย

2. ความรู้เกี่ยวกับการเลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ

2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ

2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน

2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการทดสอบสื่อ โดยต้องมีความสามารถในการเลือกกลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้ทดสอบสื่อก่อนการเผยแพร่ รวมถึงการเลือกแนวทางการทดสอบสื่อซึ่งจำเป็นต้องเลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท ก่อนการเผยแพร่ รวมถึงสามารถนำข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุงเพื่อแก้ไขสื่อ ก่อนการเผยแพร่จริง

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ความหมายของการทดสอบประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึงสถานะหรือคุณภาพของสมรรถนะในการดำเนินงานเพื่อให้งานมีความสำเร็จโดยใช้เวลา

ความพยายามและค่าใช้จ่ายค้ำค่าที่สุดตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ โดยกำหนดเป็นอัตราส่วนหรือร้อยละระหว่างปัจจัยนำเข้า กระบวนการและผลลัพธ์ ประสิทธิภาพเน้นการดำเนินการที่ถูกต้องหรือกระทำสิ่งใดๆอย่างถูกวิธี คำว่าประสิทธิภาพมักสับสนกับคำว่าประสิทธิผล (Effectiveness) ซึ่งเป็นคำที่คลุมเครือไม่เน้นปริมาณ และมุ่งให้บรรลุวัตถุประสงค์และเน้นการกระทำสิ่งที่ควร ดังนั้นสองคำนี้จึงมักใช้คู่กัน คือประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การทดสอบประสิทธิภาพของสื่อ

การเลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท ก่อนการเผยแพร่ก็ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ปฏิบัติงานว่า

เมื่อมีการผลิตและพร้อมที่จะเผยแพร่ ผลงานนั้นจะไม่มีข้อผิดพลาดซึ่งจะเกิดขึ้นในระหว่างการผลิตซึ่งอาจจะทำให้เกิดความเสียหาย หรือทำให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์นั้นๆ ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ทั้งนี้การเลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท ก่อนการเผยแพร่ก็ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ

ดังนั้นในการทดสอบสื่อก่อนการเผยแพร่จำเป็นต้องระบุกลุ่มเป้าหมายที่จะมาเป็นผู้ทดสอบสื่อก่อนการเผยแพร่ เพื่อดูกระแส หรือ Feed backของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังต้องทำการเลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท ก่อนการเผยแพร่ และนำข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุงเพื่อแก้ไขสื่อให้เป็นสื่อที่สมบูรณ์ก่อนการเผยแพร่จริง

16. หน่วยสมรรถนะรวม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03502
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ เผยแพร่สื่อตามมอบหมาย
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเผยแพร่สื่อ เลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้ที่ได้รับผลกระทบ และต้องคำนึงถึงการเข้าถึงข้อมูลของผู้รับสาร เช่น คุณลักษณะ คุณภาพและข้อจำกัดการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภท ความรวดเร็วและการครอบคลุมพื้นที่ในเผยแพร่สื่อ ตลอดจนการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการสื่อสาร

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพรุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03502.01 เลือกกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะต่อการเผยแพร่	1. ระบุกลุ่มเป้าหมายตามช่องทางที่ต้องการสื่อสารได้ 2. ระบุวิธีการที่จะทำการสื่อสารตามช่องทางที่เผยแพร่ได้ 3. เตรียมสื่อให้พร้อมสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมาย	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03502.02 การเลือกช่องทางการสื่อสาร	1. สามารถเข้าใจคุณสมบัติและประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารที่สื่อสมัยใหม่ และสื่อดั้งเดิมได้ 2. สามารถเลือกช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ 3. สามารถวางแผนการเผยแพร่สื่อตามลำดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03502.03 การวัดผลของช่องทางการสื่อสาร	1. เข้าใจวิธีการวัดผลและเลือกวิธีวัดผลในช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่สื่อได้ 2. สามารถนำการวัดผลที่ได้มาสรุปผลสำเร็จของการเผยแพร่ได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเผยแพร่

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับการเลือกช่องทางในการเผยแพร่สื่อ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ

2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ

2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน

2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถการเผยแพร่สื่อ เลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้ที่ได้รับผลกระทบ และต้องคำนึงถึงการเข้าถึงข้อมูลของผู้รับสาร เช่น คุณลักษณะ คุณภาพและข้อจำกัดการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภท ความรวดเร็วและการครอบคลุมพื้นที่ในเผยแพร่สื่อ ตลอดจนการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการสื่อสาร

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การเผยแพร่ หมายถึง กระบวนการที่ทำให้องค์ความรู้/นวัตกรรมได้รับการยอมรับและถูกนำไปใช้โดยบุคคลเป้าหมาย ฉะนั้นกระบวนการเผยแพร่ จึงมีองค์ประกอบที่ต้องพิจารณาเพราะมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการเผยแพร่ คือ

1. วัตถุประสงค์ความรู้/นวัตกรรมเอง ซึ่งหมายถึง สารสนเทศหรือข้อมูลที่นำไปใช้ต้องเป็นสิ่งสร้างความรู้เป็นของใหม่สำหรับกลุ่มบุคคลเป้าหมาย

2. ช่องทางการสื่อสารขององค์ความรู้/นวัตกรรมนั้น ต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมและช่องทางในการสื่อสารที่ใช้มากที่สุดคือ การใช้สื่อสารมวลชน แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปากยังเป็นที่ยอมรับและใช้ได้ดียิ่ง

3. เจือจางด้านเวลา ในแต่ละขั้นตอนของการเผยแพร่และการยอมรับ อาจมีช่วงของเวลาในแต่ละขั้นแตกต่างกันจำเป็นต้องมีการศึกษาและคาดการณ์ไว้สำหรับการเผยแพร่ให้เหมาะสมทุกกาลเทศ

4. ธรรมชาติของระบบสังคมหรือชุมชนหรือบุคคลเป้าหมายที่จะนำองค์ความรู้/นวัตกรรมไปเผยแพร่เป็นระบบสังคมที่มีธรรมชาติวัฒนธรรมของคนในสังคมที่จะนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีไปใช้ ฐานะทางเศรษฐกิจของคนในสังคมโดยรวม และกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสังคมที่แตกต่างกันสามารถยอมรับนวัตกรรมได้แตกต่างกัน การเมือง การปกครอง มีอำนาจต่อการยอมรับนวัตกรรมเป็นอย่างมาก ดังนั้นอิทธิพลของระบบสังคมจะช่วยให้เข้าใจและหาวิธีการที่เหมาะสมในการเผยแพร่ในนวัตกรรมได้

5. การยอมรับ เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยมีพื้นฐานทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา

เป็นองค์ความรู้สำคัญในการอธิบายกระบวนการในการยอมรับหรือไม่ยอมรับ

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03503
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ เผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด ซึ่งเป็นงานที่ต้องปฏิบัติตามคำสั่ง โดยต้องสามารถรู้เป้าหมายของการเผยแพร่สื่อ รวมถึงตรวจสอบการเผยแพร่สื่อว่าถูกต้องหรือไม่ นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องรายงานผลการเผยแพร่สื่อให้ผู้บังคับบัญชาทราบด้วยข้อมูลจริง

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03503.01 เข้าใจขอบเขตงาน	1. เข้าใจเป้าหมายของการเผยแพร่สื่อ 2. เลือกใช้ช่องทางทางการเผยแพร่สื่อได้ถูกต้องตามกำหนด 3. สามารถประสานงานเบื้องต้นได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03503.02 ตรวจสอบงาน	1. สามารถตรวจสอบการเผยแพร่สื่อได้ 2. รวบรวมผลการเผยแพร่สื่อได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

- ทักษะการสื่อสาร
- ทักษะการประสานงานเบื้องต้น

(ข) ความต้องการด้านความรู้

- มีความรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด
- มีความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบงาน

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการดูแลงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด ซึ่งเป็นงานที่ต้องปฏิบัติตามคำสั่ง โดยต้องสามารถรู้เป้าหมายของการเผยแพร่สื่อ รวมถึงตรวจสอบการเผยแพร่สื่อว่าถูกต้องหรือไม่

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ดูแลเผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด หมายถึงผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย ผู้ปฏิบัติหน้าที่จำเป็นจะต้องทำความเข้าใจขอบเขตงานเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นวัน เวลา สถานที่รวมถึงข้อกำหนดต่างๆ สามารถเข้าใจเป้าหมายของการเผยแพร่สื่อได้ ว่าการสื่อสารนั้นต้องการสื่อไปถึงใคร กลุ่มเป้าหมายใด ตลอดจนเลือกใช้ช่องทางการเผยแพร่สื่อได้ถูกต้องตามกำหนดเพื่อให้เข้าถึงผู้รับสาร

แนววิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. การย้ำหรือซ้ำบ่อย ๆ (Repeating) จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น คงทนถาวรมากขึ้น เหมือนการตอกย้ำหัวตะปู ยิ่งตีดแน่นแน่นยำ แต่การใช้วิธีการนี้ควรระวังว่า ถ้าย้ำบ่อย ๆ และกระทำต่อเนื่องกันนานอาจถึงจุดอิ่มตัวขึ้นได้ ถ้าเมื่อใดถึงจุดอิ่มตัวผลจะลดลงทันที เพราะผู้รับจะเริ่มเบื่อหน่ายหรือชินชาเพราะฉะนั้นถ้าจะทำอยู่เรื่อย ๆ ควรให้มีทั้งความต่อเนื่องและความหลากหลาย

2. ให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วม (Participation) เช่น ในรายการโทรทัศน์ให้ผู้ชมเข้าร่วมรายการด้วย จะมีอิทธิพลดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าที่ผู้จัดรายการจะห้อะไรอย่างเดียว การให้ผู้รับมีส่วนร่วมนั้นสามารถทำได้ทั้งรายการบันเทิง และรายการที่ให้ความรู้

หลักการพิจารณาเลือกใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากสิ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมายหลายชนิดด้วยกัน ฉะนั้นผู้ที่จะตัดสินใจเลือกสื่ออะไรมาใช้จะต้องพิจารณาให้รอบคอบเสียก่อนว่าจะเหมาะสมและช่วยให้บรรลุเป้าหมายหรือไม่ การพิจารณาเลือกสื่อมาใช้นั้นควรคำนึงถึงลักษณะของสื่อที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ด้านเนื้อที่ – เวลา (Space – Time) สิ่งพิมพ์ รูปภาพ เป็นสื่อที่คำนึงถึงเฉพาะด้าน “เนื้อที่” การพูดทาง โทรศัพท์ วิทยุ คำนึงเฉพาะด้าน “เวลา” ส่วนการติดตอร์มตา โทรศัพท์และภาพยนตร์นั้น คำนึงถึง “เนื้อที่ – เวลา”

2. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป้าหมาย (Audience's participation) หากจะเรียงลำดับสื่อที่ประชาชนเป้าหมายได้มีส่วนร่วมมากที่สุดไปอย่างน้อยที่สุดสามารถเรียงได้ดังนี้

การสนทนาระหว่างบุคคล กลุ่มอภิปราย การประชุมที่ไม่เป็นทางการ โทรศัพท์ การประชุมที่เป็นทางการ ภาพยนตร์เสียงในฟิล์ม โทรศัพท์ วิทยุกระจายเสียง โทรเลข จดหมายโต้ตอบระหว่างบุคคล (ทั้งส่วนตัวและกิจการ) จดหมายติดต่อกันไป (จดหมายราชการหรือที่มีรูปแบบเป็นทางการ) หนังสือพิมพ์ ใบประกาศและภาพโฆษณา

นิตยสาร หนังสือ

3. ด้านความเร็ว (Speed) สื่อที่มีความเร็วมากที่สุดคือ วิทยูและโทรทัศน์ และสื่อที่ช้าที่สุด คือ พกหนังสือ ลักษณะเหล่านี้อาจกล่าวได้ว่า หากเป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหว ก็ต้องอาศัยความเร็วสูง แต่หากข่าวสารใดที่ต้องการให้ประชาชนเป้าหมายได้ศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียดก็ต้องใช้สื่อที่มีความเร็วต่ำ

4. ด้านความคงทน (Permanence) หนังสือจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวรมากกว่าสื่อใด ๆ วิทยูและโทรทัศน์จัดเป็นสื่อที่มีความคงทนน้อยที่สุด

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03504
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ควบคุมงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรม
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการควบคุมงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรม โดยต้องมีความเข้าใจขอบเขตงาน สามารถชี้แจงแผนการดำเนินการโดยรวม สื่อสารออกไปเพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเบื้องต้นได้

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03504.01 ควบคุมงานตามขอบเขต	1. ระบุข้อสรุปแผนการดำเนินการโดยรวมได้ 2. ชี้แจงแผนการดำเนินการโดยรวมได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03504.02 สื่อสารตามขอบเขต	1. สามารถเข้าใจเทคนิคการสื่อสารได้ 2. สามารถเลือกเทคนิคการสื่อสารได้ 3. สามารถสื่อสารเพื่อความเข้าใจได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03504.03 ตรวจสอบตามขอบเขต	1. สามารถเข้าใจขอบเขตงานได้ 2. สามารถประเมินขอบเขตงานได้ 3. สามารถรายงานขอบเขตงานได้ 4. สามารถแนะนำหรือแก้ปัญหาเบื้องต้นได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการสื่อสาร
2. ทักษะการควบคุมงาน
3. ทักษะการแก้ปัญหาเบื้องต้น

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับขอบเขตงานที่ได้รับมอบหมาย

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการควบคุมงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรม โดยต้องมีความเข้าใจขอบเขตงาน สามารถชี้แจงแผนการดำเนินการโดยรวม สื่อสารออกไปเพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเบื้องต้นได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ผู้ควบคุมงาน หมายถึง ผู้ที่แทนของผู้ว่าจ้างซึ่งอาจเป็นบุคคลเดียวสำหรับงานขนาดเล็ก หรือเป็นกลุ่มบุคคล หรือบริษัทที่ปรึกษาสำหรับงานขนาดใหญ่ โดยจะเป็นชุดเดียวกับชุดออกแบบก็ได้ ผู้ควบคุมงาน มีความหมายในหลายระดับ แล้วแต่ความต้องการของเจ้าของงานที่จะให้ทำงานนั้นๆ

ผู้ควบคุมงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรม อาจเปรียบได้ดั่งโปรแกรม ปฏิบัติหน้าที่อยู่หน้างานโดยอาจรับคำสั่งจากสถานีที่ดูแลโครงสร้างทั้งหมด ซึ่งผู้ควบคุมงานจำเป็นต้องมีประสบการณ์ในการทำงาน และสามารถให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาเบื้องต้นได้อย่างทันที

คุณสมบัติของผู้ควบคุมงาน ผู้ควบคุมงานควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- 1) มีความรู้
- 2) มีประสบการณ์
- 3) มีความซื่อสัตย์
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- 5) มีบุคลิกภาพดี
- 6) มีความยุติธรรม ให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย

- 7) ไม่ถือตัว ปรองดอง ช่วยเหลือเกื้อกูลผู้อื่น
- 8) เป็นคนช่างสังเกต และมีความจำแม่นยำ
- 9) ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น
- 10) มีปฏิภาณไหวพริบ สามารถเสนอแนะและแก้ไขปัญหาได้
- 11) ไม่ใช้อารมณ์ในการปฏิบัติงาน
- 12) มีอุปนิสัยใจคอ บุคลิกลักษณะเป็นที่เคารพยกย่องของคนทั่วไป

สื่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระหรือโอกาสต่าง ๆ โดยมากจัดในรูปของนิทรรศการ การออกร้าน งานฉลอง การประกวด การแข่งขัน ประสานสถาปนาองค์กร หรือการเปิดให้เข้าชมกิจการในวันสำคัญ มีลักษณะเด่น 3 ประการ คือ

1. ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนจำนวนมากมาเข้าร่วมงาน
2. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงานและองค์กรให้เป็นที่รู้จักของประชาชน
3. ประชาชนที่มาร่วมงานได้รับสาระประโยชน์ ส่วนองค์กรได้สร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตาประชาชนเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อให้การศึกษาทางอ้อมในวิชาการสาขาต่าง ๆ และเหตุการณ์ต่าง ๆ แก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย
2. เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล กิจกรรมของสถาบันต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
3. เพื่อกระตุ้นแรงจูงใจกลุ่มประชาชนเป้าหมายให้ร่วมมือกับสถาบันหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อสถาบัน ไปในทางที่พึงประสงค์
4. เพื่อสร้างความบันเทิง สนุกสนานความพึงพอใจแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03505
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ปฏิบัติงานสนับสนุนในงานกิจกรรม
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานสนับสนุนในงานกิจกรรม โดยต้องสามารถเข้าใจขอบเขตงาน รวมถึงตรวจสอบความเรียบร้อยของเอกสารต่างๆได้ เช่น เอกสารใบเสนอชื่อผู้เข้าร่วมงาน จำนวนผู้เข้าร่วมงาน สามารถตรวจเช็คความเรียบร้อยของสถานที่จัดกิจกรรม เช่น ความพร้อมด้านเครื่องเสียง จอภาพ ไมค์ เป็นต้น ตลอดจนสามารถประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03505.01 เตรียมความพร้อมก่อนกิจกรรม	1. สามารถเข้าใจขอบเขตงานได้ 2. สามารถตรวจสอบความเรียบร้อยของเอกสารต่างๆ ได้ 3. สามารถตรวจเช็คความเรียบร้อยของสถานที่จัดกิจกรรมได้ 4. สามารถตรวจสอบความเรียบร้อยเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03505.02 ประสานงาน	1. สามารถประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้ 2. สามารถเลือกวิธีการประสานงานได้อย่างถูกต้อง	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03505.03 ดำเนินกิจกรรม	1. สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีไหวพริบ 2. สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ร่วมกิจกรรมได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03505.04 ตรวจสอบความเรียบร้อยหลังเสร็จกิจกรรม	1. สามารถตรวจสอบรายการที่ต้องส่งคืนได้ 2. สามารถสรุปจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ 3. สามารถรายงานผลการจัดกิจกรรมได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการสื่อสาร
2. ทักษะการประสานงาน

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับขอบเขตงานที่ได้รับมอบหมาย

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการปฏิบัติงานสนับสนุนในงานกิจกรรม โดยต้องสามารถเข้าใจขอบเขตงาน รวมถึงตรวจสอบความเรียบร้อยของเอกสารต่างๆได้ เช่น เอกสารใบเสนอรายชื่อผู้เข้าร่วมงาน จำนวนผู้เข้าร่วมงาน สามารถตรวจเช็คความเรียบร้อยของสถานที่จัดกิจกรรม เช่น ความพร้อมด้านเครื่องเสียง จอภาพ ไมค์ เป็นต้น ตลอดจนสามารถประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ความหมายของการประสานงาน

การจัดระเบียบวิธีการทำงานเพื่อให้งานและเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ร่วมมือปฏิบัติงานเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เพื่อลดขัดแย้ง และทำงานดำเนินไปได้อย่างราบรื่นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กรเป็นการจัดให้คนในองค์กรทำงานให้สัมพันธ์สอดคล้องกัน โดยจะต้องตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบ วัตถุประสงค์ เป้าหมายและมาตรฐานการปฏิบัติขององค์กรเป็นหลัก

การจัดระเบียบวิธีการทำงาน เพื่อให้งานและเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ร่วมมือปฏิบัติงานเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ไม่ทำงานซ้ำซ้อน ขัดแย้งกัน หรือเหลื่อมล้ำกัน ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กรนั้นอย่างสมานฉันท์และมีประสิทธิภาพ

การติดต่อสื่อสารให้เกิดความคิดความเข้าใจในการร่วมมือปฏิบัติงานให้สอดคล้องทั้งเวลา และกิจกรรมที่ต้องกระทำ

ให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างสมานฉันท์เพื่อ ให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่น ไม่เกิดการงานซ้ำซ้อน ขัดแย้ง หรือ เหลื่อมล้ำกัน

องค์ประกอบของการประสานงาน

1. ความร่วมมือ จะต้องมีความเข้าใจหรือมีการตกลงร่วมกัน มีการระดมความคิด วิธีการ เทคนิค การจัดหาทรัพยากรมาสนับสนุนการทำงานร่วมกัน
2. จังหวะเวลา ผู้ที่ปฏิบัติงานต้องมีความรับผิดชอบ ทำให้งานนั้นเป็นไปตามกำหนดเวลาที่ตกลงกัน ให้ตรงเวลา

3. ความสอดคล้องกัน จะต้องพิจารณาความเหมาะสมพอดี ไม่ทำงานซ้อนกัน เพื่อให้การบริหารงานประสบผลสำเร็จ
4. ระบบการสื่อสารที่ตรงกันอย่างรวดเร็วและราบรื่น
5. ผู้ประสานงานจะต้องสามารถทำให้ทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมทำงานอย่างมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน ตามวัตถุประสงค์ของงานที่กำหนดไว้

กำหนดไว้

สื่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระหรือโอกาสต่าง ๆ โดยมากจัดในรูปของนิทรรศการ การออกร้าน งานฉลอง การประกวด การแข่งขัน ประสานสถาปนาองค์กร หรือการเปิดให้เข้าชมกิจการในวันสำคัญ มีลักษณะเด่น 3 ประการ คือ

1. ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนจำนวนมากมาเข้าร่วมงาน
2. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงานและองค์กรให้เป็นที่รู้จักของประชาชน
3. ประชาชนที่มาร่วมงานได้รับสาระประโยชน์ ส่วนองค์กรได้สร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตาประชาชนเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์

1. เพื่อให้การศึกษาทางอ้อมในวิชาการสาขาต่าง ๆ และเหตุการณ์ต่าง ๆ แก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย
2. เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล กิจกรรมของสถาบันต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
3. เพื่อกระตุ้นแรงจูงใจกลุ่มประชาชนเป้าหมายให้ร่วมมือกับสถาบันหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อสถาบัน ไปในทางที่พึงประสงค์
4. เพื่อสร้างความบันเทิง สนุกสนานความพึงพอใจแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

เทคนิคการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ

1. กำหนดจุดประสงค์งานและวางแผนชัดเจน

ก่อนที่จะเริ่มดำเนินการทุก ๆ ขั้นตอน ผู้จัดจำเป็นที่จะต้องกำหนดจุดประสงค์งานก่อนเป็นอย่างแรก การที่รู้ว่าจะต้องทำอะไร ต้องการจะสื่ออะไร จะทำให้ข้อมูลที่ออกมา เป็นรูปเป็นร่างยิ่งขึ้น นอกจากตัวผู้จัดเองจะรู้แล้วว่าสิ่งที่กำลังทำคืออะไร

การกำหนดจุดประสงค์อย่างชัดเจนจะทำให้มีการวางแผนงานที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้เข้าร่วมกิจกรรมก็จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นการตัดไฟแต่ต้นลม หากผู้จัดมีข้อมูลในส่วนนี้เตรียมพร้อมไว้ ไม่ว่าจะคำถามไหนๆ ที่จะเข้ามา ก็จะสามารถตอบได้อย่างแน่นอน เป็นผลดีกับทั้งสองฝ่ายอย่างเห็นได้ชัด

2. ศึกษากลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียด

เมื่อกำหนดและวางแผนเรียบร้อยแล้ว ก็จะต้องมาศึกษากลุ่มเป้าหมายที่เลือกไว้อย่างละเอียดอีกรอบ ต้องวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่สุด หากไม่ทำขั้นตอนนี้ กิจกรรมที่จะจัดก็อาจจะไม่มีคนเข้าร่วมฟังได้ ในขั้นตอนนี้อาจรวมไปถึงการออกแบบและการใช้ภาษาในการประชาสัมพันธ์อีกด้วย ความเป็นมืออาชีพอีกอย่างหนึ่งที่ขาดไม่ได้คือควรที่จะมีการประชาสัมพันธ์ออกไปทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษนั่นเอง รวมถึงโปสเตอร์หรืออาร์ตเวิร์กต่างๆ ของงาน ก็ควรที่จะมีการออกแบบที่ดี ดูเป็นมืออาชีพ เพราะนี่เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในการเชิญชวนให้มาร่วมกิจกรรมอย่างหนึ่งก็ว่าได้

3. เลือกสถานที่ที่เหมาะสม

การเลือกสถานที่ที่เหมาะสมกับประเภทการจัดงานก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน รายละเอียดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการจัดวางโต๊ะ การจัดวางเก้าอี้ ขนาดของห้องหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทุกอย่างควรคำนึงถึงจำนวนผู้เข้าร่วมงานและประเภทของผู้เข้าร่วมงานเป็นต้น รวมถึงต้องคำนึงถึงการเดินทางอีกด้วยว่าสถานที่ที่เลือกนั้นเหมาะสมหรือไม่ มีที่จอดรถหรือไม่ หรือว่าควรที่จะจัดสถานที่ที่ใกล้รถไฟฟ้า สำหรับหัวข้อนี้ก็เป็นอีกอย่างที่จะต้องทำ

4. มองหาวิทยากรที่เหมาะสมกับหัวข้อที่จัดตั้งขึ้น

เทคนิคการจัดกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพอีกอย่างหนึ่งก็คือการมองหาวิทยากรที่เหมาะสมกับหัวข้อที่กำหนดนั่นเอง ในประเทศไทยมีวิทยากรมากมาย ขึ้นอยู่กับว่าผู้จัดนั้นจะเลือกได้เหมาะสมหรือไม่ แน่แน่นอนว่าวิทยากรที่ดีไม่ใช่วิทยากรที่ผู้คนรู้จักเยอะเพียงอย่างเดียว แต่วิทยากรที่ดีที่เหมาะสมนั้น จะต้องทำการควบคุมบรรยากาศภายในงานพร้อมทั้งถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเป็นธรรมชาติ

5. ละเอียต รอบคอบ พร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง

พื้นฐานอย่างหนึ่งของผู้จัดงานอยู่แล้วในข้อนี้ แต่ผู้จัดหลายๆ คนที่ขาดตรงนี้ไป และทำให้งานมีประสิทธิภาพและความเป็นมืออาชีพน้อยลง เมื่อเริ่มการจัดงานแล้ว สถานการณ์ที่คาดไม่ถึงทั้งหลายอาจจะเกิดขึ้นได้ อย่างเช่นการขัดข้องของอุปกรณ์หรือนักสัมนมาก่อความวุ่นวาย ทุกอย่างล้วนเกิดขึ้นได้ ทางผู้จัดเองก็ควรที่จะมีความละเอียด รอบคอบและมีแผนสำรองสำหรับเหตุการณ์เหล่านี้ด้วย

6. มีการสรุปใจความของการจัดกิจกรรม

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมหลายๆ ท่านอาจจะเกิดความสับสนได้ว่า สุดท้ายแล้วเราทำอะไรรatherการดำเนินงานนี้กันแน่ เพราะฉะนั้นในตอนสุดท้ายก่อนการปิดงาน การสรุปใจความสำคัญของการจัดกิจกรรมที่เกิดขึ้นจึงสำคัญอย่างมากเลยทีเดียว เพียงการสรุปไม่กี่คำ แต่ถ้าหากการสรุปนั้นจับใจความและประเด็นสำคัญออกมาได้ ผู้เข้าร่วมจะต้องพอใจกับข้อมูลที่ได้ พร้อมทั้งสามารถนำข้อมูลที่ได้รับตลอดการประชุมนั้นๆ ไปต่อยอดจนเกิดประโยชน์ได้อย่างแน่นอน

7. เก็บรวบรวมข้อเสนอแนะเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุง

และเมื่อจบงาน ก็ถึงเวลาที่ผู้จัดจะต้องนำข้อเสนอแนะต่างๆ มาประมวลผลกันบ้างนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลในส่วนของรายรับ รายจ่าย สถิติ การวางแผนงาน จำนวนผู้เข้าร่วมงานรวมถึงแบบสอบถามที่ทำขึ้น ข้อมูลทุกส่วนล้วนแต่มีประโยชน์ต่อผู้จัดทั้งสิ้น ไม่ควรปล่อยทิ้งไปแม้แต่นิดเดียว และแน่นอนว่าข้อมูลพวกนี้ ถูกรวบรวมและเก็บไว้เพื่อที่ผู้จัดจะได้นำมาพัฒนาและปรับปรุงในส่วนต่างๆ ต่อไป

16. หน่วยสมรรถนะรวม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03506
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ควบคุมภาพรวมกิจกรรม
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการควบคุมภาพรวมกิจกรรม ต้องมีความเข้าใจขอบเขตงาน สามารถชี้แจงแผนการดำเนินการโดยรวม สื่อสารออกไปเพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง สามารถดูแลภาพรวมของการจัดกิจกรรม ตลอดจนสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเบื้องต้นได้

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03506.01 ควบคุมงานตามขอบเขต	1. ระบุข้อสรุปแผนการดำเนินการโดยรวมได้ 2. ชี้แจงแผนการดำเนินการโดยรวมได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03506.02 สื่อสารตามขอบเขต	1. สามารถเข้าใจเทคนิคการสื่อสารได้ 2. สามารถเลือกเทคนิคการสื่อสารได้ 3. สามารถสื่อสารเพื่อความเข้าใจได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03506.03 ตรวจสอบตามขอบเขต	1. สามารถเข้าใจขอบเขตงานได้ 2. สามารถประเมินขอบเขตงานได้ 3. สามารถรายงานขอบเขตงานได้ 4. สามารถแนะนำหรือแก้ปัญหาเบื้องต้นได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการสื่อสาร
2. ทักษะการควบคุมงาน
3. ทักษะการแก้ปัญหาเบื้องต้น

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับขอบเขตงานที่ได้รับมอบหมาย

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการควบคุมภาพรวมกิจกรรม ต้องมีความเข้าใจขอบเขตงาน สามารถชี้แจงแผนการดำเนินการโดยรวม สื่อสารออกไปเพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง สามารถดูแลภาพรวมของการจัดกิจกรรม ตลอดจนสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเบื้องต้นได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ผู้ควบคุมภาพรวมกิจกรรม หรืออาจเรียกว่าหัวหน้า (Supervisor)

ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ได้รับพิจารณาเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งมาจากพนักงานระดับต้นที่มีความสามารถในการปฏิบัติงานดี มีความประพฤติเหมาะสม

เป็นที่ไว้วางใจและเป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญทางเทคนิคการปฏิบัติเป็นอย่างดี แต่ยังคงขาดความรู้ความสามารถและทักษะด้านการบริหารและการจัดการ

เพราะการก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นนั้นนอกจากภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ การวินิจฉัยปัญหาและการตัดสินใจจะเพิ่มมากขึ้นแล้วยังคงต้องคอยดูแลทุกข์สุข ลูกน้องในทีม

คุณสมบัติของผู้ควบคุมงาน ผู้ควบคุมงานควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- 1) มีความรู้
- 2) มีประสบการณ์
- 3) มีความซื่อสัตย์
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- 5) มีบุคลิกภาพดี
- 6) มีความยุติธรรม ให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย

- 7) ไม่ถือตัว ปรองดอง ช่วยเหลือเกื้อกูลผู้อื่น
- 8) เป็นคนช่างสังเกต และมีความจำแม่นยำ
- 9) ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น
- 10) มีปฏิภาณไหวพริบ สามารถเสนอแนะและแก้ไขปัญหาได้
- 11) ไม่ใช้อารมณ์ในการปฏิบัติงาน
- 12) มีอุปนิสัยใจคอ บุคลิกลักษณะเป็นที่เคารพยกย่องของคนทั่วไป

รวบรวมปัญหาหน้างานที่เหล่าผู้จัดอีเวนต์ควรระวัง เพื่อที่จะรับมือได้ทัน ถ้าหากว่าปัญหาเหล่านี้ได้เกิดขึ้นหน้างานจริงๆ จะได้แก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้อย่างถูกต้อง

1. ปัญหา สัญญาณ Wifi / Internet

ในยุคนี้ที่ทุกอย่างขับเคลื่อนด้วยสัญญาณอินเทอร์เน็ต หรือสัญญาณ Wifi ถ้าสถานที่จัดงานอีเวนต์ที่เราเลือกใช้เกิดเหตุการณ์ขัดข้องทางสัญญาณไวไฟขึ้นมาล่ะก็ระบบต่างๆ น่าจะรวนไปตามๆ กัน เพราะฉะนั้นเช็กให้รอบคอบว่าถ้าเกิดสัญญาณไวไฟขัดข้อง เรามีแผนสำรองคอยซ์พอร์ตหรือไม่ อย่างเช่นการเตรียม Pocket Wifi ไว้ในกรณีทีอินเทอร์เน็ตมีปัญหาที่เป็นอีกตัวเลือกหนึ่งที่ดีนะ

2. ปัญหา การสื่อสาร

สำหรับออกาไนเซอร์ท่านใดที่มีการติดต่อกับ Outsource ในด้านต่างๆ แน่นนอนอยู่แล้วว่าจะต้องมีการประชุมและbriefกันก่อนที่งานจะเริ่ม แต่สิ่งที่จะต้องระวังคือความเข้าใจที่ทุกคนควรจะต้องได้รับสารที่เหมือนกัน พยายามตรวจสอบให้ดูว่าสิ่งที่เราต้องการสามารถสื่อไปถึง Outsource เหล่านั้นได้อย่างถูกต้อง จะได้ไม่มีอะไรผิดพลาดเมื่องานเริ่มขึ้นแล้ว

3. ปัญหา ข้อมูล / Data

บางงานอีเวนต์ที่มีการขายบัตรหรือลงทะเบียนก่อนเข้างาน การเก็บข้อมูลและประวัติการลงทะเบียนของผู้เข้างานถือว่าสำคัญมากก่อนที่งานจะเริ่ม เพราะถ้าเกิดเหตุขัดข้องมีคนลืมนำบัตรเข้างานมา เราจะได้ตรวจสอบได้ ยิ่งการเก็บข้อมูลในยุคดิจิทัลก็ยิ่งง่ายและสะดวกมากขึ้น ผู้จัดสามารถใช้บริการขายบัตรและลงทะเบียนออนไลน์ผ่านช่องทางต่างๆ ได้มากมาย Zipevent ก็สามารถให้บริการทางด้านนี้ได้เช่นกัน

4. ปัญหา สตาฟ / เจ้าหน้าที่

อีกหนึ่งปัจจัยที่ควบคุมได้ยากก็คือ คน นี่แหละ แต่ละคนก็มีนิสัยไม่เหมือนกันซะมี่ยละ.. บางคนอาจจะผ่านการทำงานสตาฟหรือเจ้าหน้าที่ประจำบูธมาเยอะ แต่บางคนก็อาจจะยังไม่มีประสบการณ์มากนัก เหล่าออกาไนเซอร์ควรจะต้องbriefงานพวกเขาให้รอบคอบเสียก่อน ทั้งหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ และรวมไปถึงข้อมูลรายละเอียดอื่นๆ ภายในงาน เมื่อผู้เข้าร่วมงานเดินเข้ามาถาม สตาฟเหล่านี้จะได้ตอบทุกคำถามได้อย่างไม่ติดขัด

5. ปัญหา สถานที่

เชื่อว่าสถานที่จัดงานก็มีโอกาสที่จะทำให้เราเกิดปัญหาหน้างานได้เช่นกัน เราอาจจะมีวางแผนมาอย่างดีแล้วว่าจุดไหน ตำแหน่งไหน จะเป็นอย่างไร แต่ ณ วันงาน อะไรก็สามารถเกิดขึ้นได้ สิ่งที่เราวางแผนไว้ว่าจะไม่ได้เป็นไปตามที่คิด! พื้นที่ตรงนั้นอาจมีงานอื่นจัดชนกัน หรือขนาดพื้นที่อาจจะเล็ก หรือมองหายาก การจัดการปัญหาดรบนั้นก็ขึ้นอยู่กับไหวพริบของแต่ละคน เพราะฉะนั้นมีแผนสำรองไว้ก็ไม่เสียหาย

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุทสาหรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03507
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ปฏิบัติงานสื่อสารออนไลน์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถปฏิบัติงานเกี่ยวกับการดูแลงานสื่อสารออนไลน์ได้ ต้องมีความเข้าใจขอบเขตงาน สามารถชี้แจงแผนการดำเนินการโดยออนไลน์ สามารถเรียนรู้เทคนิคใหม่ๆ เพื่อนำไปปรับใช้ให้ทันสมัยกับสังคมออนไลน์ประเภทนั้นๆ รวมถึงเฝ้าระวังติดตามข้อมูลประเด็นทางสังคมต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กร สามารถดูแลภาพรวมของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ตลอดจนแก้ปัญหาเบื้องต้นได้

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03507.01 ดึงข้อมูลจากระบบ	1. ดึงข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจและการติดตามของกลุ่มเป้าหมายได้ 2. เข้าใจในความต้องการของผู้รับสื่ออย่างถูกต้องและชัดเจน 3. ระบุรายละเอียดความต้องการของผู้รับสื่อได้อย่างครบถ้วนถูกต้อง 4. สรุปผลตอบรับในรูปแบบการเปรียบเทียบได้อย่างถูกต้อง	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03507.02 วิเคราะห์สถานการณ์ในสังคมออนไลน์	1. ระบุแนวโน้มของการสื่อสารในสังคมออนไลน์ได้ 2. ระบุผลกระทบหลักของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้ 3. ระบุสถานการณ์เปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ 4. ระบุช่องทางที่ดีที่เหมาะสมที่สุดในสถานการณ์นั้นๆ	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03507.03 เฝ้าระวังกระแสเชิงลบบนโลกโซเชียล	1. ตอบโต้ความต้องการของลูกค้าเบื้องต้นได้ 2. รวบรวมข้อมูลประเด็นเร่งด่วนส่งต่อให้ทีมวิเคราะห์ได้ 3. ใช้เครื่องมือ Social Listening หรือ Monitoring ในการช่วยติดตามการพูดถึงของแบรนด์อย่างใกล้ชิดในทุกช่องทาง 4. แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าบนโลกออนไลน์ได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03507.04 ศึกษาเทคนิคใหม่	1. ศึกษาเครื่องมือและลูกเล่นใหม่ๆ ในช่องทางออนไลน์ 2. เผยแพร่ข้อมูลโดยใช้ลูกเล่นที่ทันสมัย	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการสื่อสาร
2. ทักษะการควบคุมงาน
3. ทักษะการแก้ปัญหาเบื้องต้น

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับขอบเขตงานที่ได้รับมอบหมาย

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการควบคุมภาพรวมกิจกรรม ต้องมีความเข้าใจขอบเขตงาน สามารถชี้แจงแผนการดำเนินการโดยรวม สื่อสารออกไปเพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง สามารถดูแลภาพรวมของการจัดกิจกรรม ตลอดจนสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเบื้องต้นได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User-GenerateContent: UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีที่เรียกว่า เว็บ 2.0 (Web 2.0) คือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อนุญาตให้แต่ละบุคคลเข้าถึง แลกเปลี่ยน สร้างเนื้อหา และสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ และการเข้าร่วมเครือข่ายออนไลน์ต่างๆ ซึ่งปัจจุบันบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการนำมาใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ หรือการสื่อสารของหน่วยงานราชการ ตลอดจนองค์กรต่าง ๆ (Williamson, Andy 2013: 9) การสื่อสารของสื่อสังคมออนไลน์มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง

ซึ่งมีคุณลักษณะที่สำคัญ กล่าวคือ

1. มีรูปแบบการทำงานในลักษณะออนไลน์
2. สามารถที่จะใช้สร้างและเพิ่มเติมเนื้อหาได้

สื่อสังคมออนไลน์สามารถที่จะใช้งานได้ผ่านเครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ มือถือ แท็บเล็ต หรืออุปกรณ์อื่น ๆ ที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ติดตั้ง

สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นช่องทางการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่หน่วยงานราชการจะนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ได้เช่น

หน่วยงานของรัฐสามารถนำมาใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับรัฐสภา การเสนอกฎหมาย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการนิติบัญญัติ เป็นต้น สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารถึงกันได้ทันทีและสามารถสื่อสารถึงกันแบบการสื่อสารสองทางได้ทำให้มีการปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้น

ประโยชน์ของ Social networks เครือข่ายสังคมออนไลน์

1. สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้
2. เป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อมเพราะเราสามารถเสนอและแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ หรือตั้งคำถามในเรื่องต่างๆ เพื่อให้บุคคลอื่นที่สนใจหรือมีคำตอบได้ช่วยกันตอบ
3. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับคนอื่น สะดวกและรวดเร็ว
4. เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตัวเอง เช่น งานเขียน รูปภาพ วิดีโอต่างๆ เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้ามาชื่นชมและแสดงความคิดเห็น
5. ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่างๆ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า
6. ช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งาน เกิดการจ้างงานแบบใหม่ๆ ขึ้น
7. คลายเครียดได้สำหรับผู้ใช้ที่ต้องการหาเพื่อนคุยเล่นสนุกๆ
8. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อนได้

บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์

บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์จะเข้าไปมีส่วนร่วมในชีวิตประจำวันของประชาชนเพิ่มขึ้น แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ ไปตามกระแสความนิยมของกลุ่มผู้ใช้กลุ่มต่างๆ และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สื่อสังคมออนไลน์มีทั้งข้อดีและข้อด้อย รวมทั้งอาจส่งผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ อาญากรรมคอมพิวเตอร์และความมั่นคง ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ แต่หากนำข้อดีและผลที่เกิดขึ้นในเชิงดีมาใช้ในการสื่อสารข้อมูลจากหน่วยงานราชการสู่สาธารณะ และลดข้อด้อย รวมทั้งหาแนวทางป้องกันผลด้านลบมิให้เกิดขึ้น สื่อสังคมออนไลน์จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนสื่อหลักที่มีอยู่เดิมได้เป็นอย่างดีสร้างโอกาส และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ ได้มากขึ้น

แนวโน้มการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์

แนวโน้มใน ด้านบวก

1. การพัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงกันทั่วโลก ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ช่องทางการดำเนินธุรกิจ เช่น การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การผ่อนคลายด้วยการดูหนัง ฟังเพลง และบันเทิงต่างๆ เกมออนไลน์
2. การพัฒนาให้คอมพิวเตอร์สามารถฟังและตอบเป็นภาษา พูดได้ อ่านตัวอักษรหรือลายมือเขียนได้ การแสดงผลของคอมพิวเตอร์ได้เสมือนจริง เป็นแบบสามมิติ และการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส เสมือนว่าได้อยู่ในที่นั้นจริง
3. การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูล ฐานความรู้ เพื่อพัฒนาระบบผู้เชี่ยวชาญและการจัดการความรู้
4. การศึกษาตามอัธยาศัยด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-learning) การเรียนการสอนด้วยระบบโทรศึกษา (tele-education) การค้นคว้าหาความรู้ได้ตลอด 24 ชั่วโมงจากห้องสมุดเสมือน (virtual library)
5. การพัฒนาเครือข่ายโทรคมนาคม ระบบการสื่อสารผ่านเครือข่ายไร้สาย เครือข่ายดาวเทียม ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ทำให้สามารถค้นหาตำแหน่งได้อย่างแม่นยำ
6. การบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่ โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการ ดำเนินการของภาครัฐที่เรียกว่า รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-government) รวมทั้งระบบฐานข้อมูลประชาชน หรือ e-citizen

แนวโน้มใน ด้านลบ

1. ความผิดพลาดในการทำงานของระบบ คอมพิวเตอร์ ทั้งส่วนฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ ที่เกิดขึ้นจากการออกแบบและพัฒนา ทำให้เกิดความเสียหายต่อระบบและสูญเสียค่าใช้จ่ายในการแก้ปัญหา
2. การละเมิดลิขสิทธิ์ของทรัพย์สินทางปัญญา การทำสำเนาและลอกเลียนแบบ
3. การก่ออาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ การโจรกรรมข้อมูล การลวงละเมิด การก่อวินาศกรรมระบบคอมพิวเตอร์

วิธีป้องกันและจัดการกับกระแสความปั่นป่วนโลกโซเชียล (Crisis Prevention&Management)

การป้องกันการเกิดกระแสความปั่นป่วนโลกโซเชียลต่าง ๆ นั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ยากมาก เพราะเราไม่รู้ว่าจะเมื่อไหร่ที่จะเกิด สิ่งเดียวที่ทำได้คือ ต้องรับมืออยู่ตลอดเวลา ทั้งการร้องเรียนของลูกค้าทาง Inbox หรือลูกค้าเจอประสบการณ์แย่ๆ แล้วโพสต์ลง Pantip สิ่งเหล่านี้หากไม่รีบจัดการให้เร็วที่สุด จะทวีความรุนแรงเป็น Crisis ได้

1. รวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่คนพูดถึง ในแต่ละช่องทาง เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัญหา แยกแยะประเด็นต่าง ๆ รวมถึงดูระดับความรุนแรงของกระแสความปั่นป่วนที่เกิดขึ้น และนัดทีมงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมาค้นหาแนวทางแก้ไขให้เร็วที่สุด

2. คอย Monitor อยู่ตลอดเวลาเพื่อความรวดเร็ว

จำเป็นต้องมีทีมงานคอยดูแลอย่างใกล้ชิด Monitor อยู่ตลอดเวลา ตอบได้รวดเร็วพร้อมให้คำแนะนำต่างๆ เพื่อลดความไม่พอใจ หรือข้อสงสัยของผู้บริโภคได้ทัน ตัวอย่าง: AIS ที่มีทีม Customer Service คอย Monitor อยู่ตลอดเวลาในการตอบคำถามลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากๆ ใช้ Social Listening/Monitoring Tools

3. ใช้เครื่องมือ Social Listening หรือ Monitoring

ใช้เครื่องมือ Social Listening หรือ Monitoring ในการช่วยติดตามการพูดถึงของแบรนด์อย่างใกล้ชิดในทุกช่องทางเช่น Social Media, Forum, Blog ต่างๆ ผ่านเครื่องมืออย่าง Google Alert หรือ SocialEnable สามารถดูแลได้อย่างทันทีเพื่อป้องกันการเกิดกระแสความปั่นป่วน เรียกว่า ตัดไฟตั้งแต่ต้นลมกันเลยทีเดียว เพราะปัจจุบันนี้ นับวันช่องทางโซเชียลต่าง ๆ มีอิทธิพลกับคนไทยมากขึ้นเรื่อยๆ ฉะนั้นต้องเตรียมตัวไว้ก่อน ดีกว่าเกิดปัญหาแล้วมาคอยแก้ทีหลัง

4. มีแนวทางในการตอบคำถาม

มีแนวทางในการเจรจา การที่ผู้บริโภคเข้ามาร้องเรียน การตอบคำถามเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก ในการช่วยให้ผู้บริโภคนั้นใจเย็นลง ดังนั้นควรตอบให้ตรงประเด็น อธิบายเรื่องยากๆ ให้เป็นเรื่องง่ายๆ อาจใช้ภาพ ข้อมูลประกอบ หรือหลักฐานควรนำมาด้วย เพื่อความชัดเจน และไขข้อสงสัยต่างๆ ได้

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03601
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ เข้าใจสถานการณ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเข้าใจสถานการณ์ เข้าใจและรับรู้ถึงภาวะวิกฤตที่กำลังเกิด ขึ้นและต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เนื่องจากผู้บริโภคข่าวสารได้หันมาใช้การสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์มีปริมาณมากขึ้น ทำให้วิธีการสื่อสารไปยังผู้บริโภคผ่านสื่อแบบดั้งเดิมจึงไม่เพียงพอ

โดยข้อมูลเชิงลบก็มีแนวโน้มถูกเผยแพร่มากกว่าข้อมูลเชิงบวก

ผู้รับข่าวสารสามารถใช้พื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์แสดงออกทางความคิดเห็นและถ่ายทอดข้อมูลในมุมมองของตนเองส่งต่อไปยังคนที่เป็นเครือข่ายของตนทำให้ข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ถึงกันอย่างรวดเร็วและเป็นวงกว้าง หากทำการร้องเรียน บนสื่อสังคมออนไลน์ขององค์กร แล้วองค์กรนิ่งเฉยไม่ตอบสนอง

อาจทำให้องค์กรเข้าสู่ภาวะวิกฤตสร้างผลกระทบต่อความเสียหายต่อองค์กรได้

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03601.01 ทำความเข้าใจที่มาของปัญหา	1. รวบรวมปัญหาสถานการณ์ปัจจุบันได้ 2. ระบุที่มาของปัญหาได้ 3. รวบรวมที่มาของปัญหาได้ 4. สรุปสถานการณ์ปัจจุบัน	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03601.02 รายงานสถานการณ์ของปัญหาทั้งหมด	1. สรุปประเด็นสถานการณ์ปัญหาได้ 2. จัดทำรายงานได้ 3. นำเสนอรายงานได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อติดตามสถานการณ์
2. ทักษะการอ่าน
3. ทักษะการตีความ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับการเข้าใจสถานการณ์
2. ความรู้เกี่ยวกับกรวิเคราะห์สถานการณ์

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการเข้าใจสถานการณ์

เข้าใจและรับรู้ถึงภาวะวิกฤตที่กำลังเกิดขึ้นและต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด วิเคราะห์ประเด็นปัญหาที่อาจกลายเป็นภาวะวิกฤตได้ สามารถแยกแยะและทำความเข้าใจถึงปัญหา หรือเงื่อนไขที่เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ไม่ต้องการได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

Crisis หรือวิกฤตการณ์ คือ เหตุการณ์ที่สามารถสร้างอันตราย ต่อองค์กร สถานที่ ทรัพยากร และชื่อเสียง ภายในเวลาอันสั้น ต้องการได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน เพื่อให้ไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร

Crisis management คือ การจัดการโครงสร้าง บุคลากร และกระบวนการ ตลอดจนศิลปะในการวางแผน และการตัดสินใจ ในการยับยั้ง วิกฤตการณ์ ก่อนจะลุกลามเสียหายมากขึ้น

ภาวะวิกฤต หมายถึง “สถานการณ์ที่เข้าสู่ภาวะที่ จำเป็นต้องเข้าจัดการเพื่อหลีกเลี่ยงหรือแก้ไขความเสียหายที่เกิดขึ้น (Long, 2001) หรือวิกฤตทางด้านความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมหรือสุขภาพซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่ได้มี การวางแผนล่วงหน้า ที่ก่อให้เกิดภาวะคุกคามโดยไม่ว่าจะเป็นความจริงหรือทำให้รับรู้ว่าเป็นภัยคุกคามไม่ปลอดภัยในต้น ต่างๆ มีผลต่อภาพลักษณ์หรือความเชื่อถือในองค์กรหรือก่อให้เกิดการฟ้องร้องทางกฎหมาย ก่อให้เกิดความเสียหายต่อ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและภาพลักษณ์ (Covello, 1995)” เหตุการณ์ที่สามารถก่อให้เกิดภาวะวิกฤตนั้นมีมากมาย เช่น เรื่องความปลอดภัย สุขภาพ สิ่งแวดล้อม การฟ้องร้อง การทำผิดกฎหมาย เรื่องภาพลักษณ์สินค้าหรือองค์กร กิจกรรมของ กลุ่มอนุรักษ์ต่างๆ ปัญหาเกี่ยวกับพนักงาน และปัญหาอื่นๆ ที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน เป็นต้น (Covello, 1995)

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03602
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประเมินสถานการณ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์ สามารถวิเคราะห์ถึงสภาพ ขอบเขต ขนาดของปัญหา ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเห็นถึงประเด็นปัญหาที่อาจกลายเป็นภาวะวิกฤตได้ เพื่อให้สามารถจัดการกับประเด็นปัญหาเพื่อไม่ให้ลุกลามต่อไปได้

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03602.01 ประเมินระดับความรุนแรง	1. ระบุเหตุการณ์ความรุนแรงได้ 2. ระบุระยะเวลาได้ 3. ระบุผู้ได้รับผลกระทบทั้งทางตรง และทางอ้อมได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03602.02 จัดประเภทของปัญหา	1. จำแนกประเภทของปัญหาได้ 2. จำแนกช่องทางของการเกิดปัญหาได้ 3. ระบุที่มาของปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03602.03 จัดประเภทของประเด็น	1. จำแนกประเด็นของปัญหาได้ 2. จำแนกช่องทางของปัญหาได้ 3. ระบุที่มาของประเด็นได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03602.04 วิเคราะห์ผลกระทบ	1. สรุปความรุนแรงได้ 2. สรุปประเด็นได้ 3. สรุปปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อติดตามสถานการณ์
2. ทักษะการอ่าน
3. ทักษะการตีความ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์
2. ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการประเมินสถานการณ์ สามารถวิเคราะห์ถึงสภาพ ขอบเขต ขนาดของปัญหา ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเห็นถึงประเด็นปัญหาที่อาจกลายเป็นภาวะวิกฤตได้ เพื่อให้สามารถจัดการกับประเด็นปัญหาเพื่อไม่ให้ลุกลามต่อไปได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

การประเมินความเสี่ยง หมายถึง กระบวนการระบุความเสี่ยง การวิเคราะห์ความเสี่ยงและจัดลำดับความเสี่ยง โดยการประเมินจากโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) และผลกระทบ (Impact)

1) โอกาสที่จะเกิด (Likelihood) หมายถึง ความถี่หรือโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ ความเสี่ยง

2) ผลกระทบ (Impact) หมายถึง ขนาดความรุนแรงของความเสียหายที่จะเกิดขึ้นหากเกิด เหตุการณ์ความเสี่ยง

3) ระดับของความเสี่ยง (Degree of Risk) หมายถึง สถานะของความเสี่ยงที่ได้จากประเมินโอกาสและผลกระทบของแต่ละปัจจัยเสี่ยงแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ สูงมาก สูง ปานกลาง น้อย และน้อยมาก

การประเมินสถานการณ์ เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพ ขอบเขต ขนาดของปัญหา

1. ความกังวลของผู้ได้รับผลกระทบ
2. สถานการณ์จะทวีความรุนแรงขึ้นหรือไม่
3. เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นที่สนใจของสื่อมวลชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือไม่
4. เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจะขัดขวางการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันหรืออนาคตหรือไม่

5. เหตุการณ์นั้นส่งผลต่อความน่าเชื่อถือหรือไม่

3 สิ่งที่ต้องประเมิน

1. การรับรู้ – การรับรู้เป็นการภายในหรือภายนอก ขยายวงกว้าง มากน้อยเพียงใด
2. ความเสียหาย – ความเสียหายต่อบุคคล ทรัพย์สินหรือข้อมูลอย่างไร
3. ผลกระทบ – ผลกระทบต่อการทำงาน ผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03603
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ จัดระดับความรุนแรง
3. ทบทวนครั้งที่ - / -

4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดระดับความรุนแรงออกเป็นระดับต่างๆเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความรุนแรงดังกล่าว ซึ่งความรุนแรงนั้นมีระดับที่แตกต่างกัน แนวทางการรับมือหรือแก้ปัญหาที่ต่างกันออกไป ดังนั้นจึงต้องสามารถวิเคราะห์ระดับความรุนแรงจากสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อระบุระดับของความรุนแรงนั้นๆ และหาแนวทางแก้ไขปัญหานั้นต่อไป

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03603.01 เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหา	1. รวบรวมข้อมูลความรุนแรงของปัญหาได้ 2. สามารถกำหนดเกณฑ์การจัดลำดับความรุนแรงของปัญหาได้ 3. จัดกลุ่มระดับความรุนแรงของปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03603.02 เรียงลำดับความยากง่ายในการแก้ไขปัญหา	1. รวบรวมข้อมูลความยากง่ายของปัญหาได้ 2. สามารถกำหนดเกณฑ์การจัดลำดับความยากง่ายของปัญหาได้ 3. จัดกลุ่มระดับความยากง่ายของปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03603.03 เรียงลำดับความสนใจและความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา	1. รวบรวมข้อมูลความสนใจและความร่วมมือในการแก้ไขของปัญหาได้ 2. สามารถกำหนดเกณฑ์การจัดลำดับความสนใจและความร่วมมือของปัญหาได้ 3. จัดกลุ่มระดับความรุนแรงของปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03603.04 เรียงลำดับการแก้ปัญหาท่อนและหลัง	1. วิเคราะห์ความเร่งด่วนของการแก้ปัญหาได้ 2. สรุปลำดับการแก้ไขปัญหาได้ 3. เสนอลำดับการแก้ไขปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อประเมิน
2. ทักษะการอ่าน
3. ทักษะการตีความ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์
2. ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์
3. ความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์ในการประเมินความรุนแรง

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการจัดระดับความรุนแรงออกเป็นระดับต่างๆเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความรุนแรงดังกล่าว ซึ่งความรุนแรงนั้นมีระดับที่แตกต่างกัน แนวทางการรับมือหรือแก้ปัญหานั้นจึงแตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงต้องสามารถวิเคราะห์ระดับความรุนแรงจากสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อระบุระดับของความรุนแรงนั้นๆ และหาแนวทางแก้ไขปัญหาต่อไป

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

หลักเกณฑ์พิจารณาระดับความรุนแรง

1. ระดับหายนะ (Catastrophic) : ความรุนแรงสูงมากจนก่อให้เกิดความเสียหายแบบฉับพลัน ไม่สามารถทราบได้ล่วงหน้า ความเสียหายไม่สามารถฟื้นฟูสภาพเดิมกลับมาได้เลย หรือต้องใช้เวลายาวนาน จึงจะฟื้นฟูกลับมาได้
2. ระดับวิกฤติ (Critical) : ความรุนแรงสูงก่อให้เกิดความเสียหาย แบบครั้งคราว อาจคาดการณ์ได้ล่วงหน้า แต่ไม่ชัดเจน ความเสียหายมากแต่ยังสามารถฟื้นฟูกลับได้โดยส่วนใหญ่ หรือสามารถรับสถานการณ์ปรับตัวได้บ้าง
3. ระดับตื่นตัว (marginal) : ความรุนแรงทำให้เกิดการตื่นตัว เนื่องจากไม่เคยประสบมาก่อน ไม่อาจคาดการณ์ว่าจะเกิดหรือไม่ ความเสียหายไม่แน่นอน บางครั้งก็มาก

บางครั้งก็เพียงเล็กน้อย

4. ระดับละเอียดไม่ใส่ใจได้ (negligible) : ความรุนแรงน้อย ไม่มีนัยสำคัญ รับผิดชอบต่อเกิดการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่ผ่านมา แต่ความรุนแรงที่เกิดขึ้น แยกไม่ได้ชัดเจนว่าเกิดจากธรรมชาติหรือจากสิ่งที่มีารบวกรวมจากมนุษย์

หลักเกณฑ์พิจารณาโอกาส

1. เกิดขึ้นบ่อย (frequent) : เกิดขึ้นเป็นประจำต่อเนื่อง ตามช่วงเวลา เช่นรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน และไม่เป็นที่ไปตามธรรมชาติและตามประวัติสถิติในรอบปีที่ผ่านมาจนหน้าเกิดเหตุการณ์
2. บางโอกาส (occasional) : เกิดขึ้นไม่ประจำ ไม่ถี่ ไม่ต่อเนื่อง ไม่มีช่วงเวลาแน่นอน อาจเป็นที่ไปตามธรรมชาติหรือไม่เป็นที่ไปตามธรรมชาติ ไม่สามารถทราบได้แน่ชัด
3. นานๆครั้ง (remote) : เกิดขึ้นเพียงเกินกว่าปีละครั้ง หรือหลายปีครั้ง เป็นไปตามธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่
4. แทบไม่มีโอกาสเกิด (improbable) : แทบไม่เกิดขึ้น หากเกิดขึ้นก็มีโอกาสเกิดน้อยมาก
5. ไม่เคยเกิดอย่างเด็ดขาด (Eliminated) : ไม่เกิดอย่างเด็ดขาด เป็นไปไม่ได้เลย

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03604
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วางแผนการจัดการปัญหา
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนการจัดการปัญหา ทำความเข้าใจกับปัญหา พิจารณาเงื่อนไขและข้อมูลที่มีอยู่ สามารถจัดทำแผนเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับปัญหาได้อย่างทันท่วงที

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03604.01 กำหนดวัตถุประสงค์ของการวางแผน	1. ระบุผลลัพธ์ของการวางแผนได้ 2. ระบุเป้าหมายของการแก้ปัญหาได้ 3. สรุปรวางแผนได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03604.02 กำหนดกระบวนการวางแผน	1. ระบุแนวทางกระบวนการวางแผนได้ 2. ระบุข้อจำกัดของกระบวนการวางแผนได้ 3. กำหนดวิธีการแก้ไขปัญหาได้ 4. กำหนดช่องทางแก้ไขปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03604.03 กำหนดทรัพยากร	1. ระบุผู้รับผิดชอบได้ 2. จัดสรรผู้ปฏิบัติงานได้ 3. กำหนดหน้าที่ในการปฏิบัติงานได้ 4. กำหนดงบประมาณได้ 5. จัดสรรเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03604.04 กำหนดระยะเวลาในการแก้ไขปัญหา	1. ระบุขอบเขตในการแก้ไขปัญหาได้ 2. ระบุระยะเวลาการแก้ไขปัญหาได้ 3. สรุบบขอบเขตและระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03604.05 จัดลำดับขั้นตอนความสัมพันธ์ของการดำเนินงาน	1. ระบุรายละเอียดขั้นตอนในการดำเนินงานได้ 2. วิเคราะห์ขั้นตอนการดำเนินงานได้ 3. ระบุลำดับขั้นตอนและความสัมพันธ์ของการดำเนินงานได้ 4. สรุปการจัดลำดับและขั้นตอนของการดำเนินงานได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03604.06 กำหนดการใช้สื่อและกิจกรรมที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา	1. ระบุสื่อที่ต้องการใช้ในการแก้ปัญหาได้ 2. วิเคราะห์กิจกรรมเหมาะสมในการแก้ปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03604.07 กำหนดตัวชี้วัดในการประเมินแผน	1. ระบุแนวทางในการประเมินแผนได้ 2. ระบุตัวชี้วัดในการประเมินแผนได้ 3. สรุปตัวชี้วัดในการประเมินแผนได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการอ่าน
2. ทักษะการตีความ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์
2. ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์
3. ความรู้เกี่ยวกับการวางแผน

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการวางแผนการจัดการปัญหา ทำความเข้าใจกับปัญหา พิจารณาเงื่อนไขและข้อมูลที่มีอยู่ สามารถจัดทำแผนเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับปัญหาได้อย่างทันท่วงที

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ความหมายของภาวะวิกฤติ คืออะไรก็ตาม ที่สามารถทำให้เกิดผลเสียอย่างรวดเร็ว และรุนแรงต่อชีวิต ทรัพย์สินของบุคคล ตลอดจนผลกระทบต่อชื่อเสียงและการประกอบกิจการต่างๆ หรือเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในระยะยาวขององค์กรหรือสินค้าอื่นๆ ซึ่งอาจเกิดจากธรรมชาติหรือฝีมือมนุษย์

สภาวะวิกฤติ หมายถึง สภาพความไม่ปกติที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อร้ายแรงเสียหายแก่ชีวิต ทรัพย์สิน ในรูปใดรูปหนึ่ง

การจัดการในภาวะวิกฤติ หมายถึง การบริหารจัดการเพื่อคลี่คลายสถานการณ์วิกฤติให้อยู่ในภาวะปกติโดยเร็วที่สุด รวมถึงการบรรเทาภัยการช่วยเหลือผู้ประสบภัย การฟื้นฟูและอื่นๆ

การจัดการภาวะวิกฤติ คือ ขั้นตอนที่ทำให้ หน่วยงานนั้น ๆ :

1. ลดการเกิดภาวะวิกฤติ
2. ทำให้เกิดความเสียหายจากวิกฤติการณ์น้อยที่สุด
3. ปรับปรุงวิธีการจัดการรับมือกับวิกฤติการณ์อย่างต่อเนื่องซึ่งต้องมีความรู้ความเข้าใจ ทั้งด้านความเสี่ยง และวิกฤติการณ์

ขั้นตอนและวิธีแก้ปัญหา

1. การยอมรับถึงปัญหา สิ่งสำคัญอันดับแรกในการจะแก้ปัญหาให้ได้ผลนั้น คือการยอมรับว่าปัญหานั้นเป็นปัญหา
2. กำจัดขอบเขตของปัญหา คือการทำให้เจอบว่าปัญหานั้นคืออะไร มีมากน้อยขนาดไหน เป็นปัญหาเล็ก ปัญหาใหญ่ เกิดบ่อยหรือนานๆเกิดที่ ปัญหาเล็กปัญหาใหญ่มีวิธีการแก้ไม่เหมือนกัน
3. กำหนดทางเลือกในการแก้ปัญหา การมองหาทางออก วิธีที่จะใช้ในการแก้ปัญหา มีหลากหลาย บางวิธีแก้ระยะสั้น บางวิธีเป็นการแก้ระยะยาว
4. การลงมือทำตามแผนลงมือทำตามแผนที่วางไว้จริง
5. การติดตาม การติดตามผลตอบรับและผลลัพธ์ที่ได้จากการแก้ไขปัญหาเป็นเรื่องสำคัญ บางปัญหามีผลกระทบ จากวิธีการแก้ มีปัญหาบานปลาย มีปัญหาข้างเคียง เพื่อหาทางเลือกอื่นในการแก้ปัญหาได้ตรงจุด

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03605
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ รับมือกับปัญหาวิกฤต
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์
ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการรับมือกับปัญหาวิกฤต เพื่อแก้ไขภาวะวิกฤต (Crisis Containment) เป็นช่วงที่จำเป็นต้องเข้าไปแก้ไขสถานการณ์ภาวะวิกฤตไม่ให้อุบัติการณ์ลุกลามสร้างความเสียหายและส่งผลกระทบต่อหน่วยงานมากยิ่งขึ้น โดยต้องสามารถตัดสินใจใช้วิธีการแก้ไขที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งต้องทำการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถึงความรับผิดชอบ และแนวทางการแก้ไขสถานการณ์ขั้นนี้ต้องอาศัยแผนการเตรียมความพร้อมรับมือกับภาวะวิกฤตที่เตรียมไว้ล่วงหน้าเพื่อช่วยแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่ปกติได้เร็วขึ้น

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพรุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03605.01 วางแผนการรับมือกับภาวะวิกฤต	1. นำแผนมาปรับใช้ให้ทันต่อภาวะวิกฤตได้ 2. เลือกวิธีการการรับมือกับภาวะวิกฤตได้ 3. เลือกช่องทางในการรับมือภาวะวิกฤตได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03605.02 ควบคุมสถานการณ์ภาวะวิกฤต	1. สามารถเข้าถึงสาเหตุของปัญหาได้ทันถ่วงที 2. สามารถโต้ตอบผ่านช่องทางต่างๆได้อย่างทันถ่วงที 3. สามารถดำเนินการตามแผนการรับมือภาวะวิกฤต	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03605.03 เผื่อระวังสถานการณ์ภาวะวิกฤต	1. วางแผนการเผื่อระวังภาวะวิกฤตได้ 2. ติดตามสถานการณ์ภาวะวิกฤตอย่างต่อเนื่องได้ 3. สรุปสถานการณ์ตามแผนได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการอ่าน
2. ทักษะการตีความ
3. ทักษะการตัดสินใจ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์
2. ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์
3. ความรู้เกี่ยวกับการวางแผน
4. ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขสถานการณ์

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการรับมือกับปัญหาวิกฤต เพื่อแก้ไขภาวะวิกฤต (Crisis Containment) เป็นช่วงที่จำเป็นต้องเข้าไปแก้ไขสถานการณ์ภาวะวิกฤตไม่ให้อุบัติการณ์ลุกลามสร้างความเสียหายและส่งผลกระทบต่อลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยต้องสามารถตัดสินใจใช้วิธีการแก้ไขที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การจัดการภาวะวิกฤตเบื้องต้นที่ดีที่สุด

- การวางแผนเกี่ยวกับรายละเอียดการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่หลากหลายเท่าที่จะเป็นไปได้
- เริ่มใช้ระบบ Monitor และตรวจสอบสัญญาณบ่งชี้ที่จะเกิดภาวะวิกฤตที่อาจคาดไม่ถึง
- วางแนวทางและการอบรมให้กับบุคลากรเพื่อจัดการภาวะวิกฤตหรือเลือกบริษัทที่ให้บริการเรื่องการจัดการภาวะวิกฤตเพื่อบันทึก ติดตาม และป้องกันในขอบเขตธุรกิจของคุณ
- เชื่อมโยงทุกกรณีที่เป็นไปได้และกำหนดการกระทำ

การตัดสินใจในภาวะวิกฤต จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก และสามารถบ่งบอกได้ว่า องค์กรหรือหน่วยงาน ไหนจะมีความเป็นมืออาชีพ และจัดการให้ผ่านพ้นไปได้ โดยไม่เกิดความวุ่นวาย และเกิดความเสียหายต่อองค์กรหรือหน่วยงาน ซึ่งไม่เหมือนกับสถานการณ์ปกติ เพราะต้องคิดและประเมินสถานการณ์และไม่มีโอกาสแก้ไข ดังนั้นการวางแผนจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ อย่างไรก็ตาม การป้องกันเชิงรุกจะช่วยให้การตัดสินใจดีขึ้น ดังนั้นการวางแผนเพื่อเผชิญวิกฤต (Policy) จึงเป็นเครื่องมือที่องค์กรต่างๆ ควรจะมีไว้เพื่อเป็นข้อกำหนดพื้นฐานเมื่อถึงเวลาต้องจัดการกับภาวะวิกฤต จะช่วยลดความวุ่นวายในองค์กรได้ในเบื้องต้น

ขั้นตอนการจัดการ เมื่อเกิด Crisis ขึ้นควรมีแบบแผนไว้ดังนี้

- Risk Awareness – รับทราบความเสี่ยง
- Risk Assessment – ประเมินความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับเหตุการณ์โดยการใช้ข้อมูลที่เกิดขึ้น จากการทำ Social Monitorings
- Planing – วางแผนรับมือ คิดผลที่จะเกิดขึ้นแต่ละกรณีและวิธีรับมือเป็นลำดับขั้น
- Organization – จัดทีมรับมือดำเนินการตามแผนที่วางไว้
- Command & Control – มีระบบบัญชาการ ควบคุม ประสานงาน เมื่อถึงเวลาต้องมีหัวหน้าหรือผู้นำทีมที่ดี
- Implement of Plan – ชักซ้อมสถานการณ์

ความร้ายแรงของความเสียหายเมื่อเกิด Crisis แต่ละครั้งต้องอาศัย social analytics จากข้อมูล real time ที่ได้จาก social listening เพื่อดูแนวโน้มที่จะตัดสินใจในการทำหรือไม่ทำการใดๆ จากกระบวนการจัดการภาวะวิกฤตออนไลน์ซึ่งมีตั้งแต่ระดับต้น ไปจนถึงระดับ crisis reputation ฉะนั้นจึงควรมี Policy เพื่อจัดการสิ่งสำคัญนี้โดยเฉพาะกับชื่อเสียงและความเชื่อมั่นขององค์กร

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 04101
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์
ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถประเมินผลสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ก่อนการประชาสัมพันธ์ได้ ประเมินระหว่างการทำงานตามแผนงานที่กำหนด โดยประเมินตามเกณฑ์ที่ออกแบบไว้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
04101.01 ประเมินความสำเร็จของแผนงาน	1. ตรวจสอบความเป็นไปได้ด้านทรัพยากร 2. ตรวจสอบความเป็นไปได้ด้านงบประมาณ 3. ตรวจสอบความเป็นไปได้ของทางของสื่อ 4. ตรวจสอบความเป็นไปได้ด้านการสื่อสาร	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04101.02 ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อแผนงาน	1. ตรวจสอบความพึงพอใจความสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด 2. ตรวจสอบความพึงพอใจต่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04101.03 ประเมินการปฏิบัติงานขั้นต้น	1. ตรวจสอบการเรียงลำดับความสำคัญขั้นตอนการทำงานก่อนและหลัง 2. บันทึกรายละเอียดข้อคิดเห็นในแต่ละขั้นตอนในการทำงาน 3. ตรวจสอบการจัดเตรียมเครื่องมือในการปฏิบัติงาน	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. การวัดประเมินผล
2. การประเมินทรัพยากร

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. การวางแผนและติดตามประเมินผล
2. การบริหารจัดการทรัพยากรและบุคคล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการออกแบบแนวทางการประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงานและหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการประเมินผลสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ก่อนการประชาสัมพันธ์ได้ ประเมินระหว่างการทำงานตามแผนงานที่กำหนด โดยประเมินตามเกณฑ์ที่ออกแบบไว้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การประเมินผลก่อนการทำประชาสัมพันธ์ (Pre-Testing) เป็นการประเมินผลก่อนที่จะดำเนินการตามแผนงานประชาสัมพันธ์ที่วางไว้ เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นในทุกรูปแบบ และในขณะเดียวกันก็จะนำข้อมูลเหล่านั้นไปปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนถึงการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

การประเมินผล เป็นกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเน้นดูว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นได้ ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่มีปัญหาและอุปสรรคอะไรเกิดขึ้นบ้างสามารถแก้ไขได้หรือไม่ จุดมุ่งหมายของการประเมินผล เพื่อเป็นการพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นในอนาคต ความสำคัญของการประเมินผลที่มีต่อการประชาสัมพันธ์คือ การประเมินผลสามารถบอกต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สามารถบอกสถานภาพในปัจจุบันได้ สามารถตรวจสอบทรัพยากรที่มีอยู่ได้ สามารถตรวจสอบงบประมาณที่ตั้งไว้ สามารถตรวจสอบช่องทางการเผยแพร่ของสื่อของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน สามารถให้ประโยชน์ ในการคาดการณ์ในอนาคตและสร้างความน่าเชื่อถือและพิสูจน์ความเป็นมืออาชีพการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 04102
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประเมินผลระหว่างการประชาสัมพันธ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์
ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถประเมินผลตามเกณฑ์ที่กำหนดอย่างเหมาะสม สำหรับการประเมินระหว่างการประชาสัมพันธ์ต้องสามารถวัดความสนใจ นำข้อมูลในส่วนต่างๆมาเปรียบเทียบเพื่อนำเสนอให้ผู้บริหารวิเคราะห์ได้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ รวมถึงติดตามประเมินและผลของการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
04102.01 ติดตามความก้าวหน้าของการทำงาน	1. เปรียบเทียบการเผยแพร่เทียบกับเป้าหมาย 2. ประเมินจำนวนกิจกรรมที่แล้วเสร็จ 3. เปรียบเทียบทรัพยากรและเวลาที่ใช้ไป 4. เปรียบเทียบทรัพยากรและเวลาที่ใช้ไป ด้านผลตอบรับต่อกำลังคน 5. เปรียบเทียบการเผยแพร่สื่อในแต่ละช่องทาง	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04102.02 ติดตามความก้าวหน้าด้านประสิทธิภาพ	1. ประเมินเกณฑ์การบรรลุเป้าหมายของแผนงานตามวัตถุประสงค์ 2. ประเมินการมีส่วนร่วมของการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย 3. สำนวจความพึงพอใจจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิได้ 4. สำนวจความพึงพอใจจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04102.03 ประเมินความเสี่ยงอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการประชาสัมพันธ์	1. สัมภาษณ์และบันทึกผลจากบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน 2. สัมภาษณ์และบันทึกผลจากกลุ่มเป้าหมาย 3. สัมภาษณ์และบันทึกผลจาก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4. สำนวจทรัพยากรที่เกี่ยวข้องในโครงการ	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. การประเมินสถานการณ์
2. การประเมินทรัพยากร
3. การสื่อสารระหว่างบุคคล
4. การสัมภาษณ์และจัดบันทึก

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. การวางแผนและติดตามประเมินผล
2. การบริหารจัดการทรัพยากรและบุคคล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นกรทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการออกแบบแนวทางการประเมินผล ออกแบบแบบประเมิน วิธีประเมิน และตั้งเกณฑ์ในรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการประเมินระหว่างการประชาสัมพันธ์ได้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การประเมินผลระหว่างการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (during-testing) เป็นการประเมินผลระหว่างดำเนินการตามแผนที่วางไว้ เพื่อติดตามความก้าวหน้า เปรียบเทียบการเผยแพร่ ทรัพยากร จำนวนคน รวมถึงการสำรวจความพึงพอใจของที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์นั้นๆ ซึ่งจะเก็บได้ทั้งแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบข้อมูล และนำข้อมูลเหล่านั้นไปปรับปรุงในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

ผลลัพธ์ของการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ยากจะวัดได้ เพราะการประชาสัมพันธ์มักจะถูกใช้ร่วมกับเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดอื่นๆ ตัววัดที่มักจะถูกนำมาใช้ในการประเมินผลประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดมี 3 ประเภท ได้แก่

1. จำนวนผู้เข้าชมหรือได้ยิน (Exposure) เป็นตัววัดประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ที่ง่ายที่สุดในการวัดจำนวนของผู้ได้ยินหรือได้ชมจากสื่อ อย่างไรก็ตามการวัดจำนวนผู้ได้ยินไม่สามารถวัดจำนวนผู้ชมได้ยินหรือระลึกได้ของข้อความที่ได้ยินอย่างแท้จริง รวมถึงไม่สามารถวัดสิ่งที่พวกเขาคิดหลังจากได้ยิน
2. การเปลี่ยนแปลงการตระหนัก/ความเข้าใจ/ทัศนคติ (Awareness/Comprehension/Attitude Change) เป็นตัววัดที่ดีกว่าแบบแรก เป็นการวัดการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการตระหนัก ความเข้าใจ และทัศนคติของผู้ชมที่มีผลจากการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด เช่น จำนวนผู้ชมที่ระลึกได้ในหัวข้อข่าว จำนวนผู้ชมที่บอกต่อผู้อื่นหลังจากได้ชม เป็นต้น
3. ผลกระทบของยอดขายและกำไร (Sales-And-Profit Contribution) เป็นตัววัดที่ดีที่สุดหากสามารถวัดได้ เช่น

การวัดปริมาณยอดขายที่เพิ่มขึ้นหลังจากมีการประชาสัมพันธ์

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 04103
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถประเมินผลหลังจากการประชาสัมพันธ์ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในรูปแบบที่เหมาะสมทั้งการประเมินสื่อ ประเมินผลตอบรับ ประเมินผลจากการทำงาน รวมถึงประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นในงานได้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ รวมถึงความรู้เรื่องการสำรวจข้อมูลในหลากหลายช่องทาง

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
04103.01 ประเมินความสำเร็จ/ความล้มเหลวของแผนงาน	1. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวด้านคน 2. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ด้านงบประมาณ 3. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ด้านวัสดุอุปกรณ์ 4. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04103.02 วัดผลสื่อ	1. ระบุเกณฑ์การวัดผลสื่อ 2. เปรียบเทียบสื่อที่เผยแพร่ตามช่องทางต่างๆ ได้ 3. สรุปการประเมินสื่อเชิงสถิติได้ 4. สรุปการประเมินสื่อเชิงคุณภาพได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04103.03 ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสาร	1. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวของความพึงพอใจต่อ กลุ่มเป้าหมาย 2. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวของความพึงพอใจต่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน 3. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวของความพึงพอใจต่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
04103.04 การประเมินผลการตอบรับต่อปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	1. สรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลวของแผนงาน/โครงการด้านการบริหารจัดการ 2. สรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ของแผนงาน/โครงการด้านกระบวนการผลิต 3. สรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ของแผนงาน/โครงการด้านการสื่อสาร 4. สรุปความเสี่ยงที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินโครงการทั้งหมด	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ประเมินและสรุปผล
2. รวบรวมและสรุปความเสี่ยง
3. การสัมภาษณ์และจดบันทึก

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. การวางแผนและติดตามประเมินผล
2. การบริหารจัดการทรัพยากรและบุคคล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้

และความสามารถในการประเมินผลหลังจากการประชาสัมพันธ์ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในรูปแบบที่เหมาะสมทั้งการประเมินสื่อ ประเมินผลตอบรับ ประเมินผลจากการทำงาน รวมถึงประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นในงานได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การประเมินผลภายหลังทำการประชาสัมพันธ์ (Post-Testing) เป็นการประเมินผลภายหลังจากที่ปฏิบัติตามแผนไปแล้ว เพื่อแก้ไขปรับปรุงแผนงานประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องและเหมาะสมมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีการตรวจรายงานผลการดำเนินงานเพื่อหาแนวทางที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น สำหรับประกอบการพิจารณาในการวางแผนดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แม้การประเมินผลทั้ง 2 วิธีข้างต้นนี้ จะเป็นเทคนิคที่มีประโยชน์ทำให้แผนงานประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นก็ตาม แต่นักประชาสัมพันธ์ก็ต้องพิจารณาถึงความเหมาะสม ความสะดวกรวดเร็ว

และความประหยัดด้วย

การประเมินผลสรุปของงาน (Summative Evaluation) เป็นการประเมินผลเพื่อตัดสินคุณค่าของโครงการ/กิจกรรมทางการสื่อสารทั้งหมด ทุกองค์ไม่ว่าจะเป็นองค์กรของรัฐหรือเอกชน ต่างก็มีกลุ่มงานหรือฝ่ายประเมินผล ที่จะทำหน้าที่สรุปผลจากการดำเนินงานหรือลงมือปฏิบัติงานไปตามแผนที่ได้วางเอาไว้ว่าเป็นอย่างใด ซึ่งการประเมินผลนี้ สามารถนำเสนอในรูปแบบของตัวเลขสถิติ แสดงกราฟ เปรียบเทียบผลการดำเนินงาน หรือแม้กระทั่งสรุปว่ากิจกรรม / โครงการนั้นได้สื่อสารประสบความสำเร็จหรือไม่ภายใต้พื้นฐานการนำข้อมูลอ้างอิงจากการประเมินผลมาสรุปให้เห็นผลงาน

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 04201
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ สร้างฐานข้อมูล
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการสร้างฐานข้อมูล การสร้างภาพลักษณ์ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อเป็นประเมนระบบการรักษากลุ่มลูกค้า และการสร้างฐานกลุ่มลูกค้ารายใหม่ เพื่อเป็นการต่อยอดฐานลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
04201.01 รวบรวมข้อมูล	1. สามารถรวบรวมข้อมูลการจากฐานการประเมินได้ 2. สามารถเก็บข้อมูลจากฐานการประเมินใหม่ได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04201.02 เชื่อมโยงข้อมูล	1. สามารถเชื่อมโยงฐานการประเมินได้ 2. สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของฐานการประเมินได้ 3. สามารถวิเคราะห์ฐานข้อมูลได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04201.03 จัดเก็บข้อมูล	1. สามารถจัดหมวดหมู่ของข้อมูลได้ 2. สามารถจัดลำดับของฐานข้อมูลได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการเรียนรู้กับกลุ่มลูกค้า
2. ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ในการสร้างฐานกลุ่มลูกค้า

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้พื้นฐานการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่
2. ความรู้ด้านการคิดวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า และสร้างฐานกลุ่มลูกค้าใหม่
3. ความรู้การประเมินอย่างเป็นระบบ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน

2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ การสร้างฐานข้อมูล โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และทักษะในการวิเคราะห์การเก็บฐานข้อมูลของลูกค้า พร้อมกับการประเมินระบบของฐานลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ฐานข้อมูลลูกค้า (customer database) แตกต่างกับ รายชื่อของลูกค้าเพื่อการติดต่อทางจดหมาย (customer mailing list) เพราะรายชื่อของลูกค้าเพื่อการติดต่อจะหมายถึงรายนามของลูกค้า ที่พัก และหมายเลขโทรศัพท์เท่านั้น แต่ฐานข้อมูลลูกค้าจะประกอบด้วย ข้อมูลมากกว่านั้นมาก กล่าวคือ ในตลาดธุรกิจหรือตลาดอุตสาหกรรม ฐานข้อมูลลูกค้าสำหรับพนักงานขายจะหมายถึงลักษณะของลูกค้าที่บอกหลาย ๆ อย่าง เช่น ผลิตภัณฑ์และบริการที่ซื้อแล้ว ปริมาณการซื้อและราคา การติดต่อที่สำคัญ (รวมทั้งอายุ วันเกิด งานอดิเรก และอาหารที่ชอบมากที่สุด) คู่แข่งและสถานะของสัญญาในปัจจุบัน เป็นต้น ส่วนในตลาดผู้บริโภค ข้อมูลลูกค้าจะประกอบด้วย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เป็นลูกค้าแต่ละราย (individual's demographics) เช่น อายุ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และวันเกิด เป็นต้น ลักษณะทางสังคมและจิตวิทยา (psychographics) เช่น กิจกรรมความสนใจ และความคิดเป็น เป็นต้น รวมทั้งการซื้อที่ผ่านมาและอื่น ๆ นักการตลาดนำฐานข้อมูลลูกค้ามาใช้ประโยชน์ 4 อย่าง ดังนี้ (Kotler, 1997:722-723)

1. เพื่อชี้บอกผู้จะเป็นลูกค้าในอนาคต (identifying prospects) หลายบริษัทใช้วิธีแสวงหารายชื่อของลูกค้าเพื่อการขาย (sales leads) ด้วยการใช้การโฆษณาหรือยื่นข้อเสนอบางอย่าง ซึ่งโดยปกติจะมีลักษณะที่ใหม่การตอบรับด้วย เช่นบัตรตอบรับ และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถโทรฟรี เพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม เป็นต้น ผู้ตอบรับเหล่านี้จะนำมารวบรวมสร้างเป็นฐานข้อมูลขึ้น และจากนั้นจะนำมาแยกประเภทเพื่อระบุเป็นลูกค้าที่มุ่งหวังที่มีโอกาสเป็นลูกค้าในอนาคตมากที่สุด หลังจากนั้นก็จะติดต่อเข้าถึงโดยจดหมาย โทรศัพท์ หรือไปเยี่ยมส่วนตัว เพื่อเปลี่ยนให้เป็นลูกค้าอย่างแท้จริงในที่สุด
2. เพื่อตัดสินใจว่าลูกค้ารายใดควรจะได้รับข้อเสนอโดยเฉพาะบางอย่าง (deciding which customers should receive a particular offer) บริษัทหลายแห่งจะตั้งเกณฑ์เพื่อบรรยายลักษณะลูกค้าเป้าหมายในอุดมคติขึ้น และค้นหาลูกค้าในฐานข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงตามเกณฑ์ที่วางไว้มากที่สุด จากการสังเกตอัตราการตอบรับการติดต่อ บริษัทก็จะสามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเสนอบางสิ่งอย่างเป็นระยะๆ ได้ เช่น ภายหลังจากการซื้อ 1 สัปดาห์จะส่งข้อความแสดงความขอบคุณ 5 สัปดาห์ หลังจากนั้นจะส่งข้อเสนอใหม่ 10 สัปดาห์หลังจากนั้น (หากลูกค้ายังไม่ตอบรับ) ก็จะโทรศัพท์ไปถึงและยื่นข้อเสนอส่วนลดพิเศษ เป็นต้น
3. เพื่อทำให้ลูกค้ามีความภักดีมากขึ้น (deepening customer loyalty) บริษัทสามารถสร้างเสริมความสนใจ และความกระตือรือร้นของลูกค้าได้หลายวิธี เช่น ด้วยการจดจำสิ่งต่างๆ ที่ลูกค้าชื่นชอบ การส่งของขวัญ คู่มือส่วนลด และเอกสารต่าง ๆ ที่น่าสนใจไปให้ เป็นต้น
4. เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้า (reactivating customer purchase) บริษัทสามารถกำหนดโปรแกรม ติดต่อกับลูกค้าทางไปรษณีย์ที่แน่นอน เช่น การส่งบัตรอวยพรวันเกิด บัตรแสดงความยินดีครบรอบวันแต่งงาน บัตรเตือนการซื้อปีนในเทศกาลคริสต์มาส หรือสิ่งส่งเสริมการตลาดนอกฤดูการต่าง ๆ ไปยังลูกค้าที่ปรากฏในฐานข้อมูล ฐานข้อมูลจะช่วยให้บริษัทสามารถนำเสนอสิ่งจูงใจ เพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้าทดแทนของเก่าที่ใช้หมดไป หรือเพื่อให้ซื้อสินค้าใหม่

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 04202
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บัณฑิตบุคคล หรือกลุ่มบุคคล องค์กร สถาบัน หรือชุมชน ที่ได้รับผลกระทบ ทั้งทางบวกและทางลบ จากการตัดสินใจ นโยบาย เป็นการสร้างมิตรให้ให้กับหน่วยงานหรือองค์กร

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
04202.01 เข้าใจกระบวนการต่อยอดความสัมพันธ์	1. สามารถจัดลำดับความสัมพันธ์ได้ 2. สามารถเข้าใจวิธีการต่อยอดความสัมพันธ์ได้ 3. สามารถเลือกช่องทางในการต่อยอดความสัมพันธ์ได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04202.02 วิเคราะห์ช่องทางต่อยอดความสัมพันธ์	1. สามารถวิเคราะห์ช่องทางในการต่อยอดความสัมพันธ์ได้ 2. สามารถระบุช่องทางการเข้าถึงสื่อและลูกค้าได้ 3. สามารถประเมินช่องทางในการเข้าถึงได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

- ทักษะการสร้างความเป็นมิตร และความสัมพันธ์ให้กับลูกค้าหรือสื่อ
- ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสาร
- ทักษะการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับหน่วยงานหรือองค์กร

(ข) ความต้องการด้านความรู้

- ความรู้ ความเข้าใจ ความต้องการของกลุ่มลูกค้าหรือสื่อ
- ความรู้การคิดวิเคราะห์ความต้องการ ผลประโยชน์ หรือผลกระทบที่ได้รับ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ การต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ ความต้องการ และความเข้าใจในการวิเคราะห์ผลประโยชน์ ผลกระทบที่ส่งผลในการตัดสินใจของลูกค้าหรือองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) หมายถึง กลุ่มคน หน่วยงาน องค์กร ที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ หรือผู้ที่ได้รับผลประโยชน์หรือผลกระทบ หรือผู้มีอำนาจตัดสินใจในสถานการณ์ของประเด็นและปัญหาเดียวกันที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ รวมถึงได้มีผู้นิยามว่าหมายถึง บุคคลเดียว กลุ่มบุคคล หน่วยงาน องค์กร หรือองค์กรก็ตามที่มีผลประโยชน์หรือผลกระทบร่วมกันในปัญหาหนึ่ง ๆ หรือผู้มีอิทธิพลโดยตรง ต่อการแก้ไขปัญหาหนึ่ง ๆ ผลประโยชน์หรือผลกระทบโดยตรงในการวางแผนและการประเมินผลลัพธ์การ ผลประโยชน์หรือผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจากการจัดการทรัพยากร

วิลม โรมาและศรีวิภา เลียงพันธุ์สกุล ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นเทคนิคที่ใช้ในการระบุคนสำคัญที่จะต้องมีการวางแผนร่วมกัน การมีส่วนได้ส่วนเสียในการสร้างการสนับสนุนที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยประโยชน์ของการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย

1. ผู้มีส่วนได้เสียที่มีประสิทธิภาพเป็นคลังปัญญาของโครงการ เราสามารถใช้ความคิดเห็นประสบการณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อออกแบบโครงการของเราในระยะแรก ซึ่งจะไม่เพียงทำให้มีแนวโน้มว่า พวกเขาจะสนับสนุนโครงการและยังช่วยพัฒนาคุณภาพของโครงการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีประสิทธิภาพสามารถช่วยให้เราเข้าถึงแหล่งข้อมูลอื่นๆ อันจะทำให้มีแนวโน้มว่าโครงการจะประสบความสำเร็จ

2. การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่เนิ่นๆ และบ่อยครั้ง จะทำให้เราสามารถมั่นใจได้ว่า พวกเขาเข้าใจสิ่งที่เรากำลังทำและเข้าใจถึงประโยชน์ของโครงการ หมายความว่าพวกเขาจะสามารถสนับสนุนอย่างแข็งขันให้เราเมื่อจำเป็น

3. เราสามารถประเมินและคาดหวังผลลัพธ์ได้ โดยดูจากผลการวิเคราะห์

โดยทั่วไปแล้วอาจจำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) ผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง (Primary Stakeholder) คือ กลุ่มผู้ที่ได้รับผลจากโครงการ

โดยตรงตามที่กำหนดในวัตถุประสงค์ของโครงการไม่ว่าจะเป็นผลทางบวกหรือผลประโยชน์ (Beneficiaries) หรือผลทางลบหรือเสียผลประโยชน์ โครงการส่วนใหญ่จะมีการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียโดยตรงตามเพศ ระดับทางสังคม รายได้ อาชีพ หรือกลุ่มผู้ใช้บริการ

2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางอ้อม (Secondary Stakeholder) คือ กลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการดำเนินการ ซึ่งอาจรวมถึงหน่วยงานรัฐบาล องค์กรและสถาบันต่างๆ ซึ่งบ่อยครั้งกลุ่มเหล่านี้ไม่ได้คิดว่าตนเองเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่คิดว่าเป็นเจ้าของโครงการและเป็นผู้ดำเนินการเท่านั้น

ในการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะเน้นผู้มีส่วนได้เสียหลัก คือ ผู้ที่มีความสำคัญต่อโครงการ กล่าวคือ การสนับสนุนหรือไม่สนับสนุนของเขาเป็นอิทธิพลที่สำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของโครงการ โดยทั่วไปแล้วการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดำเนินการในลักษณะดังต่อไปนี้

- มีการระบุและให้ค่านิยมคุณลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก
- แสดงหรือเน้นผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามที่ระบุไว้ในวัตถุประสงค์ของโครงการ
- ระบุความขัดแย้งในผลประโยชน์หรือผลประโยชน์ขัดกัน ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อช่วยในการจัดการกับความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินโครงการ
- ระบุความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียความเป็นเจ้าของและความร่วมมือ ร่วมใจ ซึ่งอาจทำให้พันธมิตร (Coalition) สนับสนุน
- ประเมินศักยภาพของบุคคลและกลุ่มต่างๆ ในการเข้าร่วม
- ประเมินชนิดของการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมในขั้นตอนต่อเนื่องในวงจรของโครงการ เช่น การให้ข้อมูล (การบอกกล่าว) การปรึกษาหารือ การเป็นหุ้นส่วน ซึ่งมีแบบจำลอง (Model) ที่แตกต่างกันไป

การบวนการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มี 5 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก วัตถุประสงค์ เพื่อจำกัดขอบเขตหรือขนาดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้แคบลง เฉพาะเจาะจง ผู้ที่มีแนวโน้มได้รับจากโครงการ แผนงาน โดยใช้วิธีการระดมสมองจากผู้รู้

ขั้นตอนที่ 2 พิจารณาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โครงการที่จะจัดทำขึ้นย่อมต้องมีประโยชน์สำหรับคนหนึ่งๆ อาจเห็นได้ชัดเจนว่าของบางคน คำว่าประโยชน์อาจยากต่อการให้คำจำกัดความ ทั้งนี้มีใช้เป็นแต่เพียงสิ่งที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้เท่านั้น เช่น เงิน สิ่งสาธารณูปโภค แต่ยักรวมถึงสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น ความผูกพัน ความกังวลใจ ความหวงใจ ศักดิ์ศรีและหน้าตา เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 พิจารณาอำนาจและอิทธิพลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยอำนาจหมายถึงความสามารถของบุคคลที่สามารถควบคุม หรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำของบุคคลอื่น อำนาจอาจมาจากลักษณะองค์กรของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือมาจากตำแหน่ง สถานภาพของผู้ที่ครองตำแหน่งนั้นในความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น การพิจารณาอำนาจและอิทธิพลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องเชื่อมโยงกับโครงการหรือนโยบายที่จะดำเนินการ นอกจากนั้นควรพิจารณาถึงอำนาจและอิทธิพลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อกันและกัน นอกจากการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับโครงการ นโยบาย

ขั้นตอนที่ 4 การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย โดยพิจารณาจากผลประโยชน์และอำนาจ อิทธิพลที่มีต่อโครงการ ซึ่งการสรุปความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะใช้วิธีการจัดทำแผนภาพเพื่อให้่ายต่อการพิจารณา

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 04203
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ นำเสนอแนวทางในอนาคต
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอแนวทางในอนาคต ข้อเสนอแนะ การระบบปรับปรุงหรือพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับองค์กรหรือหน่วยงาน

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
04203.01 วางแผนแนวทางการประชาสัมพันธ์	1. สามารถรวบรวมแผนการประชาสัมพันธ์ได้ 2. สามารถวิเคราะห์แผนการประชาสัมพันธ์ได้ 3. สามารถสรุปแผนการประชาสัมพันธ์ได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04203.02 นำเสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์	1. สามารถวิเคราะห์แนวทางการประชาสัมพันธ์ได้ 2. สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอการประชาสัมพันธ์ได้ 3. สามารถนำเสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04203.03 สรุปแนวทางการประชาสัมพันธ์	1. สามารถนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงพัฒนาต่อยอดได้ 2. สามารถจัดทำแผนการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ครั้งต่อไปได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการเรียนรู้แนวทางการวางแผน
2. ทักษะในการวางแผนการจัดเรียงลำดับความสำคัญ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้ในการปรับการวางแผน แนวทางในอนาคต
2. ความรู้ กลยุทธ์ ในการปรับปรุงหรือพัฒนาในการต่อยอด

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ การนำเสนอแนวทางในอนาคต โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ ความเข้าใจในการนำเสนอแนวทางการปรับปรุงหรือพัฒนา ต่อยอดจากเดิม พร้อมการวางแผน ระยะเวลาให้เกิดประสิทธิภาพต่อผลงานให้มากที่สุด

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การประชาสัมพันธ์จะต้องมีการพัฒนาเทคนิคการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีให้เกิดขึ้นมากที่สุด อาทิเช่น ความต้องการที่จะเห็นองค์กรดังกล่าวมีภาพลักษณ์ หรือภาพพจน์ในทางบวกและทำให้องค์กรมีความเจริญงอกงาม หรือการคาดหวังต่อสินค้าและบริการหลังการขายที่จะได้รับ ความต้องการผู้ช่วยแก้ปัญหา ความต้องการแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วม ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เป็นต้นดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงควรเริ่มจาก

(1) องค์กรต้องมีการวางแผนการสื่อสาร เพื่อสร้างให้บุคคลภายนอกได้รู้จักองค์กรมากขึ้น พร้อมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ให้คนในองค์กรมีจิตสำนึกเดียวกัน เพื่อสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ในภาพรวมขององค์กรร่วมกัน ดังนั้นการวางแผนการสื่อสารจึงเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญ ที่ต้องการวิเคราะห์และการตัดสินใจ เพื่อกำหนดวิธีการและแนวทางปฏิบัติงานโดยใช้ทรัพยากรต่างๆที่มีอยู่เพื่อให้การสื่อสารดำเนินไปตามวัตถุประสงค์และบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ซึ่งจะช่วยให้แนวทางการปฏิบัติงานแก่บุคคลทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเกิดความเข้าใจที่ชัดเจนตรงกัน อันเป็นผลดีต่อส่วนรวม อีกทั้งยังช่วยให้มีการกำหนดขอบข่ายของงานและภารกิจรับผิดชอบในงานด้านการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและการวางแผนการสื่อสารจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน สถานการณ์ของโอกาส ปัญหาที่เป็นอุปสรรค เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์สำหรับสถานการณ์ดังกล่าว

(2) องค์กรต้องมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็วและเลือกใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ (NEWS MEDIA) ได้อย่างเหมาะสมโดยความสำคัญของการรู้เทคโนโลยีการสื่อสาร (NaiTan 2008) นักประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้เทคโนโลยี (technology literacy) ทั้งในระดับ ‘การอ่านออกเขียนได้’ และ ‘การรู้เท่าทัน’ทางเทคโนโลยี โดยการรู้เพื่อให้เท่าทันสื่อและเพื่อเท่าทันข่าวสาร มีความจำเป็นยิ่งต่อนักประชาสัมพันธ์ในฐานะปัจจัยของอำนาจในยุคสังคมที่ต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นฐาน (knowledge – based society) ดังนั้นการปรับตัว รับมือ และใช้เป็นเครื่องมือในงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีความรู้ทางเทคโนโลยี (technology literacy) ในที่นี้ หมายถึงการมีพื้นฐานความรู้ทางเทคโนโลยีที่สามารถนำเอาความรู้นั้นมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้และยังสามารถพัฒนาและเสริมสร้างทักษะการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

ได้โนหลายระดับ

(3) องค์กรต้องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน(Integrated Marketing Communication) คือ การประชาสัมพันธ์ที่ใช้กลยุทธ์ทุกอย่างเพื่อผลด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งรวมไปถึงการใช้เครื่องมือทางการตลาดซึ่งการประชาสัมพันธ์จะต้องให้ความสำคัญกับผลที่ได้รับด้านการตลาด ไม่ว่าจะเป็นภาพพจน์ขององค์กร ได้แก่ Brand Image ตราเครื่องหมาย สัญลักษณ์ Product and Service Image ตัวสินค้าและการให้บริการCorporate Image ภาพรวมขององค์กรรวมทุกด้านภายในองค์กร และ Institutional Image ภาพพจน์ของสถาบันหน่วยงานประเภทนั้น ๆ ซึ่งจะเป็นหนทางให้องค์กรอยู่รอด และสร้างคุณค่าให้งานประชาสัมพันธ์ ได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นการใช้ IMC ในงานประชาสัมพันธ์ คือ กลยุทธ์การประสานความพยายามทางการตลาดขององค์กรในการติดต่อสื่อสารโดยใช้เครื่องมือที่เหมาะสม สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อให้ข่าวสาร สร้างภาพพจน์และจูงใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งองค์กรในทิศทางเดียวกัน (one voice)

(4) องค์กรต้องมีการประชาสัมพันธ์เพื่อบ่งบอกถึงการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างหนึ่ง (สุदारรณ 2546) โดยทั่วไปแล้ว องค์กรต่าง ๆ ที่ดำเนินการด้าน CSR อย่างจริงจังจะพยายามทำตัวเป็นพลเมืองที่ดี (good corporate citizen) โดยการเข้าไปให้ความช่วยเหลือในเรื่องที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญหรือสนใจ ซึ่งการเข้าไปร่วมแก้ไขปัญหาลักษณะนี้ไม่ได้เป็นเพียงการจ่ายเงินหรือให้เงินสนับสนุนเป็นครั้งคราว แล้วจบไป แต่มีการกำหนดเป้าหมายของปัญหาและการแก้ไขที่ชัดเจน มีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง และอาจเข้าไปร่วมดำเนินการด้วยและการดำเนินการด้าน CSR ที่ได้ผลจะให้ความสนใจไปที่การริเริ่มบุกเบิกนวัตกรรมเชิงสังคมหรือสิ่งประดิษฐ์บางอย่างที่มีประโยชน์ทั้งต่อองค์กรและสังคม และช่วยสร้างความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรไปในขณะเดียวกัน เป็นการริเริ่มใหม่ ๆ ที่ทำให้องค์กรนั้นมีความแตกต่างจากคู่แข่งและให้ประโยชน์ต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในทางหนึ่ง การดำเนินการด้าน CSR ที่จะมีประโยชน์มากที่สุดได้นั้น องค์กรควรได้ทำการวิเคราะห์และประเมินทิศทางของการทำงานอย่างมีกลยุทธ์ โดยการทำการริเริ่มบุกเบิกนวัตกรรมเชิงสังคมหรือสิ่งประดิษฐ์บางอย่างที่มีประโยชน์ทั้งต่อสังคม และช่วยสร้างความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร ได้ในขณะเดียวกัน แทนการทำ CSR ในรูปแบบเดิม ๆ ที่ไม่ได้เชื่อมโยงงาน CSR กับกลยุทธ์และทิศทางขององค์กรอย่างแท้จริง

(5)

องค์กรต้องมีการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยการบริหารจัดการความรู้เพื่อสร้างแนวคิดและการประยุกต์ใช้เครื่องมือให้ทันสมัยทันเหตุการณ์ทั้งในภาวะปกติและในภาวะวิกฤตให้กับทุกคนในองค์กร โดยเฉพาะผู้มีส่วนรับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องจัดทำ KM หรือการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ซึ่งเป็นกระบวนการเพื่อการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้องค์กรโดยที่แต่ละหน่วยงานต่างใช้กระบวนการKM เพื่อการถ่ายทอดองค์ความรู้ และสร้างแนวทางการทำงานที่ทำให้เกิดความต่อเนื่องร่วมมือร่วมใจ ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการองค์กรแห่งอนาคตที่สมบูรณ์แบบส่งผลกระทบต่องานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 04301
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดโจทย์และขอบเขตการวิจัยได้
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์
ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการต้องกำหนดข้อความที่เป็นปัญหาและวัตถุประสงค์ในการวิจัยให้ชัดเจน การกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยเป็นการค้นหาคำตอบที่ต้องการจากงานวิจัย โดยเลือกปัญหาในการวิจัยต้องพิจารณาจากความรู้ ทักษะ ความสามารถของนักวิจัย แหล่งความรู้ที่จะเป็นส่วนเสริมให้งานวิจัยสำเร็จ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพรุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
04301.01 กำหนดปัญหาที่จะดำเนินการวิจัย	1. เลือกปัญหาในการวิจัยโดยพิจารณาจากความรู้ ทักษะ ทักษะ 2. ระบุปัญหาที่แสดงถึงการริเริ่มแนวทางเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ 3. ระบุปัญหาที่บ่งชี้แนวทางกรอบในการศึกษาค้นคว้าทฤษฎี 4. ระบุแนวทวิแปร และสมมุติฐานได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04301.02 กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย	1. ระบุข้อความที่เป็นปัญหา และวัตถุประสงค์ในการวิจัยให้ชัดเจน 2. ระบุแนวทางการค้นหาคำตอบที่ต้องการจากงานวิจัย 3. ระบุแนวทางวิจัยตามวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ที่เป็น ประโยชน์ต่อองค์กรได้ 4. ระบุแนวทางวิจัยตามวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ที่เข้ากับ สถานการณ์ปัจจุบัน	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
04301.03 กำหนดกรอบแนวคิดและตั้งสมมติฐาน นิยามศัพท์	1. ระบุสมมติฐานในการวิจัย 2. ระบุประเภทของตัวแปรต้นตัวแปรตาม 3. ระบุความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม 4. เขียนข้อความที่เป็นข้อคาดหวังเกี่ยวกับความแตกต่างที่อาจเป็นไปได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการสืบค้นข้อมูล
2. ทักษะการทำวิจัย
3. ทักษะการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล
4. ทักษะการคิด วิเคราะห์

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เรื่องการทำวิจัย
2. ความรู้ในเรื่องจริยธรรมในการวิจัย
3. ความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดโจทย์และขอบเขตการวิจัยได้โดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ กำหนดโจทย์และขอบเขตการวิจัยได้ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และทักษะในการการกำหนดข้อความที่เป็นปัญหาและวัตถุประสงค์ในการวิจัยให้ชัดเจน

การกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยเป็นการค้นหาคำตอบที่ต้องการจากงานวิจัย โดยเลือกปัญหาในการวิจัยต้องพิจารณาจากความรู้ ทักษะ ความสามารถของนักวิจัย

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

กำหนดปัญหาที่จะดำเนินการวิจัย

กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ทฤษฎี เอกสาร งานวิจัย)

กำหนดกรอบแนวคิดและตั้งสมมติฐาน นิยามศัพท์

กำหนดแบบการวิจัย

กำหนดประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

สร้างเครื่องมือและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

การรวบรวมข้อมูล (แหล่งปฐมภูมิ, แหล่งทุติยภูมิ)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผล (การเสนอรายงานการวิจัย)

กำหนดปัญหาที่จะดำเนินการวิจัย

เป็นการกำหนดปัญหาของการวิจัย และเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในการวิจัยและในการเลือกปัญหาในการวิจัยต้องพิจารณาจากความรู้ ทัศนคติ ความสามารถของนักวิจัย แหล่งความรู้ที่จะเป็นส่วนเสริมให้งานวิจัยสำเร็จ ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง การรวบรวมข้อมูล รวมทั้งเงินทุน เวลาที่จะทำให้งานวิจัยสำเร็จ ซึ่งมีข้อควรพิจารณาในการเลือกปัญหาคือ

- ต้องเป็นปัญหาที่มีความสำคัญ
- สามารถแก้ปัญหาด้วยวิธีการที่มีเหตุผล
- มีข้อมูลที่เที่ยงตรงและเชื่อถือสนับสนุน
- เป็นปัญหาที่แสดงถึงการริเริ่ม ซึ่งการกำหนดปัญหาดังกล่าวจะเป็นกรอบในการช่วยชี้แนวทางให้นักวิจัยกำหนดวัตถุประสงค์
- เป็นกรอบในการศึกษาค้นคว้าทฤษฎี งานวิจัย
- เป็นแนวทางกำหนดตัวแปรและสมมติฐาน ช่วยกำหนดรูปแบบและวิธีดำเนินการวิจัย

กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย

การกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย (Statement of research objectives)

เมื่อนักวิจัยตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งที่จะทำวิจัยแล้ว นักวิจัยต้องกำหนดข้อความที่เป็นปัญหาและวัตถุประสงค์ในการวิจัยให้ชัดเจน การกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยเป็นการค้นหาคำตอบที่ต้องการจากงานวิจัย วิธีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่นิยมใช้ที่สุดคือการตั้งสมมติฐานในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual framework) หมายถึง แนวคิดของนักวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปร ตามที่ใช้ศึกษาในการวิจัยครั้งนั้น ๆ โดยมีที่มาจากทบทวนเอกสารวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาเขียนเป็นแผนภาพเชื่อมโยงเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัย ประโยชน์ของกรอบความคิดในการวิจัย

1. ช่วยชี้ให้เห็นทิศทางของการวิจัยและประเภทของตัวแปรต้นตัวแปรตาม
2. ช่วยชี้ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม
3. บอกแนวทางในการออกแบบการวิจัย
4. บอกแนวทางการกำหนดวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย
5. บอกแนวทางการเลือกใช้เครื่องมือในการวิจัย
6. บอกแนวทางการเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล
7. บอกกรอบการแปรผลและอภิปรายผลการวิจัย

การกำหนดสมมติฐาน หมายถึง การเขียนข้อความที่เป็นข้อคาดการณ์เกี่ยวกับความแตกต่างที่อาจเป็นไปได้ ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

ซึ่งสมมติฐานนั้นไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นจริงเสมอไป

คำนิยามศัพท์ หลักการให้คำนิยามตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยทุกตัวเป็นการให้คำนิยามเชิงปฏิบัติการ ที่ใช้ในการวิจัยเรื่องนั้น ๆ ทั้งนี้เนื่องจากคำศัพท์บางคำมีความหมายได้หลายคำจะให้เฉพาะความหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น ความหมายที่ให้จะเป็นความหมายเชิงปฏิบัติการ เป็นคำจำกัดความที่ไว้เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจตรงกันกับนักวิจัย การให้ความหมายต้องทำอย่างระมัดระวัง ไม่ให้คำกับแนวคิดทฤษฎี และมีความหมายที่แน่นอนชัดเจน วัตถุประสงค์เป็นอย่าเดียวกันไม่ว่าใครวัด การให้คำนิยามศัพท์ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ

1. เพื่อให้เกิดความคงที่ของตัวแปรที่ศึกษา ตลอดระยะเวลาของการวิจัย
2. เพื่อนำไปสู่การสร้างเครื่องมือวัดและวิธีการวัดตัวแปรนั้น ๆ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 04302
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ การรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ผ่านสมรรถนะนี้จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการประมวลเอกสารที่เกี่ยวข้อง การตรวจสอบเอกสาร การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง วรรณคดีที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักวิจัยมีความคิดใหม่ๆ และวิธีการใหม่ๆ ในการทำวิจัยและจะเป็นส่วนเสริมให้งานวิจัยสำเร็จ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
04302.01 รวบรวมข้อมูลพื้นฐานทางทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ	1. สามารถเขียนสรุปประเด็นเรียงตามหัวข้อลำดับเวลาจากการทบทวนงานวิจัยหรือเอกสารต่างๆ ได้ 2. เปรียบเทียบประเด็นที่มีข้อสรุปหรือหลักฐานได้ 3. สืบค้นทฤษฎีและแนวคิดจากช่องทางที่น่าเชื่อถือ	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04302.02 รวบรวมข้อมูลสถานภาพทางการวิจัย	1. อธิบายถึงการบูรณาการความคิด และหลักการได้ 2. อธิบายอย่างชัดเจนทุกด้านของความขัดแย้ง หลีกเลียงอคติ 3. ระบุประเด็นที่มีความเห็นร่วมกัน และขัดแย้งกันได้ 4. ระบุองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04302.03 รวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างแนวทางการวิจัยที่เหมาะสม	1. ระบุการประเมินความพยายามของนักวิจัยโดยเปรียบเทียบกับความพยายามของผู้อื่นในเรื่องที่ใกล้เคียงกัน 2. ระบุความคิดใหม่ๆ และวิธีการใหม่ๆ ในการทำวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม 3. ระบุการวิจัยของตนว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิจัยอื่นๆ อย่างไร 4. ระบุการแก้ปัญหาต่างๆ ซึ่งจะเป็นแนวทางแก้ปัญหาที่ตนเองประสบต่อไป	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการสืบค้นข้อมูล
2. ทักษะการทำวิจัย
3. ทักษะการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล
4. ทักษะการคิด วิเคราะห์

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เรื่องการทำวิจัย
2. ความรู้ในเรื่องจริยธรรมในการวิจัย
3. ความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ การต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ ความต้องการ และความเข้าใจในการวิเคราะห์ผลประโยชน์ ผลกระทบ ที่ส่งผลในการตัดสินใจของลูกค้ำหรือองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการการประมวลเอกสารที่เกี่ยวข้อง การตรวจสอบเอกสาร การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง วรรณคดีที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) คือ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลชั้นต้นที่ได้มาจากแหล่งข้อมูลโดยตรง เป็นข้อมูลที่ลงมือเก็บครั้งแรกด้วยตนเอง หรือจากบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แล้วนำเอาข้อมูลเหล่านั้นใช้เป็นเอกสารอ้างอิง เมื่อต้องการข้อมูลเหล่านี้ก็จะไปทำการวัดหรือสังเกตเอามาโดยตรง ได้มาจากการสำรวจ การสัมภาษณ์ การทดลอง และการส่งแบบสอบถามไปให้กรอก เป็นต้น ข้อมูลที่ได้จะมีความถูกต้องและทันสมัยเป็นปัจจุบันมากกว่าข้อมูลทุติยภูมิ

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) คือ ข้อมูลที่ได้จากแหล่งที่รวบรวมข้อมูลไว้แล้ว ที่มีผู้หนึ่งผู้ใด หรือหน่วยงานได้ทำการเก็บรวบรวมหรือเรียบเรียงไว้เรียบร้อยแล้ว เช่น ข้อมูลทางสถิติต่างๆ ที่มีการบันทึกไว้แล้ว ข้อมูลจากรายงานการวิจัย บันทึกการนิเทศ เป็นต้น แล้วสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้อ้างอิงได้เลย ข้อมูลที่ได้อาจมีการเปลี่ยนแปลง หรือมีข้อเท็จจริงที่คลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริงได้ การที่จะตัดสินใจว่าข้อมูลไหนเป็นข้อมูลปฐมภูมิหรือข้อมูลทุติยภูมินั้น มีหลักสังเกตง่ายๆ คือ ถ้าเป็นข้อมูลปฐมภูมิจะต้องเป็นข้อมูลที่ถูกเขียนหรือผู้ประเมินผลได้พบเหตุการณ์ต่างๆ หรือลงมือสำรวจศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

หรือเป็นการแสดงความคิดเห็นเริ่มแรกด้วยตนเองไม่ได้คัดลอกมาจากผู้อื่น แต่ถ้าเป็นข้อมูลที่ได้คัดลอกมาจากบุคคลอื่นๆ แล้วนำมาเรียบเรียงใหม่ ถือว่าเป็นข้อมูลทุติยภูมิ

ลักษณะข้อมูล จำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative data) เป็นข้อมูลที่บอกเป็นตัวเลขหรือปริมาณที่มีอยู่จริงของตัวแปรแต่ละตัวที่กำลังสนใจศึกษาอยู่ เช่น จำนวนเกษตรกร รายได้ของเกษตรกร พื้นที่ปลูกหม่อน เป็นต้น

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ (qualitative data) เป็นข้อมูลไม่สามารถบอกเป็นตัวเลขได้ แต่จะบอกในลักษณะคำพูดหรือบรรยายที่แสดงคุณลักษณะที่แตกต่างของตัวแปรต่างๆ โดยพยายามแยกเป็นกลุ่มตามคุณสมบัติ เช่น อาชีพ เพศ ศาสนา พันธุ์หม่อนที่ปลูก พันธุ์ไหมที่เลี้ยง การใช้ปุ๋ย เป็นต้น

ลักษณะของข้อมูลที่ดี ต้องมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีความถูกต้อง แม่นยำ สามารถให้ข้อเท็จจริงที่ปราศจากความลำเอียงหรืออคติ
2. ความเป็นปัจจุบัน ทันสมัยอยู่เสมอ
3. มีความสมบูรณ์ครบถ้วน สามารถให้ข้อเท็จจริงที่ครบถ้วนทุกด้านตามประเด็นที่ต้องการ
4. มีความชัดเจน กระชับรัดกุม ไม่เยิ่นเย้อ หรือมีรายละเอียดมากเกินไป
5. มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้และอยู่ในขอบเขตของความต้องการที่จะศึกษา

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 04303
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ดำเนินการวิจัย
3. ทบทวนครั้งที่ - / -
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ISCO 2432 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการวิจัยเชิงพัฒนาเพื่อนำผลการวิจัยมาเพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เพิ่มคุณภาพ ประสิทธิภาพ การทำงานปกติในองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ผ่านยุทธศาสตร์วิธีการหรือเทคนิคต่างๆ โดยมีที่มาจากบททวนเอกสารวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาเขียนเป็นแผนภาพเชื่อมโยงเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัย ประโยชน์ของกรอบความคิดในการวิจัย เพื่อนำเสนอต่อการพัฒนาต่อไป

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
04303.01 ออกแบบวิธีการวิจัย	1. ระบุรายละเอียดรูปแบบการวิจัย 2. ระบุประชากรและกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนการวิจัย 3. นำกรอบแนวคิดและสมมติฐานมาอธิบายเป็นกระบวนการ 4. ระบุแผนการวิจัยและวัดประเมินผล	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04303.02 เลือกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	1. เลือกตัวอย่างตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ 2. สร้างแบบสอบถามให้มีความเที่ยงตรง 3. สร้างเครื่องมือที่สามารถวัดผลได้ เช่น การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม แบบสำรวจ เป็นต้น 4. เลือกเครื่องมือที่เหมาะสมกับบริบทงานวิจัยด้านประชาสัมพันธ์	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04303.03 วิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล	1. เขียนรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้ 2. เขียนรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้ 3. เขียนอธิบายเปรียบเทียบสถิติเชิงพรรณนาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
04303.04 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	1. เขียนสรุปผลการวิจัยได้ 2. อภิปรายผลการวิจัยได้ 3. นำเสนอข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานได้ 4. นำเสนอข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการสืบค้นข้อมูล
2. ทักษะการทำวิจัย
3. ทักษะการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล
4. ทักษะการคิด วิเคราะห์

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เรื่องการทำวิจัย
2. ความรู้ในเรื่องจริยธรรมในการวิจัย
3. ความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ การนำเสนอแนวทางในอนาคต โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ ความสามารถในการวิจัยเชิงพัฒนาเพื่อนำผลการวิจัยมาเพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เพิ่มคุณภาพ ประสิทธิภาพ การทำงานปกติในองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ผ่านยุทธศาสตร์วิธีการหรือเทคนิคต่างๆ โดยมีที่มาจากทบทวนเอกสารวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาเขียนเป็นแผนภาพเชื่อมโยงเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัย

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

กำหนดแบบการวิจัย

ลักษณะของแบบการวิจัย แบบการวิจัยที่มีการทดลอง การออกแบบเป็นการกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับการทดลองที่จำเป็นดังนี้

- การกำหนดกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

- กำหนดตัวแปรในการทดลอง
- เลือกแบบแผนแบบการทดลอง
- สร้างเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการทดลอง
- ดำเนินการทดลองตามแผนแบบ

แบบการวิจัยเชิงสำรวจ

เป็นการวิจัยที่ไม่มีการสร้างสถานการณ์เชื่อมโยงใด ๆ กับข้อมูลที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติเป็นการค้นหาความจริงตามสภาพการณ์ปัจจุบันที่ปรากฏอยู่หรือให้เห็นว่ามีข้อเท็จจริง อย่างไรที่ปรากฏอยู่มีความสัมพันธ์กันอย่างไร โดยไม่มีการจัดกระทำเพื่อควบคุมตัวแปรใดๆ รูปแบบการวิจัยแบบสำรวจจำแนกได้ดังนี้ การสำรวจเชิงบรรยาย การสำรวจเชิงเปรียบเทียบ การสำรวจเชิงสหสัมพันธ์ การสำรวจเชิงสาเหตุ

การออกแบบการวิจัยในการวิจัยเชิงสำรวจที่สำคัญคือ

- ออกแบบการเลือกตัวอย่าง
- ออกแบบการวัดค่าตัวแปร
- ออกแบบการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบการวิจัยเชิงพัฒนา

เป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นที่จะนำผลการวิจัยมาเพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เพิ่มคุณภาพ ประสิทธิภาพ การทำงานปกติในองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ โดยอาศัยยุทธศาสตร์วิธีการหรือเทคนิคต่าง ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะธรรมชาติของงานหรือหน่วยงานนั้น ๆ

แบบการวิจัยเชิงประเมิน (Evaluation Research)

การวิจัยเชิงประเมินผล (Evaluation Research) เป็นรูปแบบการวิจัยชนิดหนึ่ง เหมือนการวิจัยเชิงสำรวจ แต่การวิจัยเชิงประเมินผล เป็นวิธีการวิจัยที่มุ่งหาความรู้+ความจริงมาหาคคุณค่า ของสิ่งที่วิจัยนั้นเพื่อให้ผู้บริหารตัดสินใจว่าความยุติโครงการหรือให้ดำเนินการต่อไป ในการวิจัยเชิงประเมินผลนั้นสามารถดำเนินการประเมินได้ใน 3 ระดับ 1. ก่อนการดำเนินงาน 2. ระหว่างดำเนินงาน 3. สิ้นสุดโครงการ

กระบวนการและขั้นตอนการทำวิจัยเชิงประเมินผล

ขั้นที่ 1 เลือกโครงการและตั้งหัวข้อวิจัย

ขั้นที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 3 กำหนดปัญหา เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการประเมิน

ขั้นที่ 4 ออกแบบวิจัย วางแผนวิจัยประเมิน

ขั้นที่ 5 เก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นที่ 6 วิเคราะห์ข้อมูลและแปรผล

ขั้นที่ 7 การเสนอรายงานวิจัยเชิงประเมินผล

กำหนดประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการวิจัยหมายถึง จำนวนทั้งหมดของกลุ่มบุคคล สัตว์ สิ่งต่างๆ ที่อยู่ในขอบข่ายการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ประชากรที่มีจำนวนจำกัดและประชากรที่มีจำนวนไม่จำกัด

1. การเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น เป็นการเลือกตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ สะดวก ปลอดภัยเช่น

- การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง
- การเลือกตัวอย่างแบบกำหนดโควตา
- การเลือกตัวอย่างตามโอกาส
- การเลือกตัวอย่างตามสะดวก

การที่เลือกตัวอย่างโดยไม่ทราบค่าความน่าจะเป็นนี้ไม่เหมาะสมที่จะใช้การคำนวณค่าสถิติอนุมาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพราะไม่ทราบค่า Sampling error จึงเหมาะสมที่จะใช้กับสถิติบรรยายต่าง ๆ

2. การเลือกตัวอย่างแบบทราบค่าความน่าจะเป็นการเลือกโดยการสุ่ม (Random) ที่แต่ละหน่วยของประชากรมีโอกาสได้รับการเลือกตัวอย่างเท่าเทียมกัน การเลือกตัวอย่างแบบนี้แบ่งออกเป็น 5 วิธี คือ

- การเลือกตัวอย่างโดยการสุ่ม เป็นวิธีการที่ง่าย ๆ แต่ประชากรต้องไม่ใหญ่มากนัก
- การเลือกตัวอย่างเป็นระบบ เป็นวิธีใช้ได้ดีในกรณีที่ประชากรมีขนาดใหญ่ที่มีการจัดระบบอย่างใดอย่างหนึ่ง
- การเลือกตัวอย่างแบบการจัดระดับเป็นวิธีการเลือกตัวอย่างที่มีการจัดชั้นก่อน เพื่อให้ตัวอย่างที่ได้มาจากทุกระดับ
- การเลือกตัวอย่างแบบกลุ่ม เป็นวิธีการเลือกตัวอย่างที่มีการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่ม เช่นเดียวกับการจัดระดับแต่ลักษณะจะไม่เหมือนกัน โดยการแบ่งแบบนี้ลักษณะภายในของประชากรแต่ละกลุ่มจะมีความแตกต่างกัน และแต่ละกลุ่มจะมีความคล้ายคลึงกัน แล้วจึงเลือกโดยการสุ่มจากกลุ่มเล็ก ๆ โดยใช้ทุกหน่วยของกลุ่มย่อยมาเป็นตัวอย่าง
- การเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จะใช้เมื่อประชากรที่ศึกษามีขนาดใหญ่ ประกอบด้วยกลุ่มย่อย ๆ โดยในกลุ่มย่อย ๆ ประกอบด้วยหน่วยต่าง ๆ ที่มีลักษณะตามที่สนใจคล้าย ๆ กัน

สร้างเครื่องมือและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ความเที่ยงตรง (Validity) หมายถึง ความสามารถวัดได้ตรงกับสิ่งที่ต้องการจะวัด และวัดได้ครอบคลุมพฤติกรรมลักษณะที่ต้องการการกำหนดความเที่ยงตรงตามเนื้อหา นั้นจะต้องกำหนดนิยามตามทฤษฎีและแปลงเป็นนิยามเชิงปฏิบัติการ เพื่อหาตัวชี้วัดความเชื่อมั่น (Reliability) หมายถึง ความคงที่ในการวัดเมื่อวัดซ้ำ ๆ กันหลายครั้งจะให้ค่าเหมือนเดิมหรือใกล้เคียงกันการหาค่าความเชื่อมั่นมีหลายวิธีการดังนี้

1. วิธีการสอบซ้ำ
2. วิธีใช้ฟอร์มคู่ขนาน
3. วิธีหาความสอดคล้องภายใน
 - 3.1 วิธีแบ่งครึ่ง
 - 3.2 วิธีของคูเดอร์ ริชาร์ดสัน
 - 3.3 วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา

การวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบการวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis Design)

การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of data) เป็นการจำแนกข้อมูลออกเป็นส่วนย่อย ๆ เพื่อจัดข้อมูลต่าง ๆ ให้เป็นระบบหมวดหมู่ แล้วใช้ค่าสถิติช่วยในการสรุปลักษณะของข้อมูลนั้น ๆ ตามลักษณะของตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีที่ข้อมูลเชิงปริมาณ จะแตกต่างกับการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้การวิเคราะห์โดยการ จำแนกชนิดและการเปรียบเทียบลักษณะของข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกัน ของปรากฏการณ์ต่างๆ โดยอาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎีช่วยในการสร้างข้อสรุปนั้น การเลือกใช้สถิติจะพิจารณาจาก

1. วัตถุประสงค์การวิจัย (เพื่อการบรรยาย, เพื่อเปรียบเทียบ, เพื่อหาความสัมพันธ์, เพื่อสร้างตัวแบบ)
2. หน่วยการวิเคราะห์ (เอกบุคคล, แบบกลุ่ม)
3. ระดับการวัดค่าตัวแปร (ระดับกลุ่ม, ระดับอันดับ, ระดับวง, ระดับอัตราส่วน)
4. การเลือกตัวอย่าง (ใช้การสุ่ม, ไม่มีการสุ่ม)

ดังนั้นเทคนิคการวิเคราะห์และแปลผลขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้วิธีการทางสถิติเป็นวิธีการในการวิเคราะห์ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ
 - สถิติบรรยาย (Descriptive Statistics) การวิจัยที่มุ่งหมายเพื่อการบรรยายข้อมูลตัวอย่างหรือประชากรโดยไม่อ้างอิงไป
 - สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) หรือสถิติวิเคราะห์
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิควิธีการที่เรียกว่า การจำแนกกลุ่มข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวางแผนการวิเคราะห์ข้อมูล

ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นนักวิจัยควรจะมีการวางแผนก่อนโดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยว่าในแต่ละวัตถุประสงค์ของการวิจัยจะทำการวิเคราะห์อย่างไร ควรจะจัดกระทำข้อมูลอย่างไร และใช้ค่าสถิติใดช่วยในการหาคำตอบตามวัตถุประสงค์นั้น

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน