มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ
Occupational Standard and Professional Qualifications

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์
สาขาประชาสัมพันธ์

จัดทำโดย สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)
ร่วมกับ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

1. ชื่อมาตรฐานอาชีพ

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์

2. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐาน

N/A

3. ทะเบียนอ้างอิง (Imprint)

N/A

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

5. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐานในแต่ละครั้ง

N/A

6. ครั้งที่

1

7. คุณวุฒิวิชาชีพที่ครอบคลุม (Professional Qualifications included)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน

สาขาประชาสัมพันธ์

อาชีพนักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 4

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

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

รหัสหน่วยสมรรถนะ	**เนื้อหา**
03201	ติดต่อสื่อสารกับลูกค้า
03202	ติดต่อสื่อสารกับสื่อ
03303	ออกแบบสื่อดั้งเดิม
03304	ออกแบบสื่อใหม่
03401	ผลิตสื่อ
03501	ทดสอบเผยแพร่สื่อ

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 4

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับ 4 จะมีความรู้ในเชิงทฤษฎีหรือหลักการสำคัญเพื่อปรับปรุงคุณภาพหรือผลงานให้ดีขึ้น โดยใช้ทักษะทางเทคนิคในการทำงานและทักษะในการควบคุมงานสามารถแก้ไขปัญหาในบริบทที่คาดการณ์ได้ ปรับใช้หลักการหาข้อสรุปประเด็นปัญหาและตัดสินใจเกี่ยวกับงานในหน้าที่ได้ด้วยตนเองและประสานการทำงานเพื่อควบคุมคุณภาพผลงาน มีความรู้เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร สามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารกับสื่อผ่านช่องทางต่างๆ มีความเข้าใจในวิธีการ กระบวนการทำงานของสื่อ ตลอดจนวิเคราะห์ถึงข้อมูลที่สื่อต้องการ เข้าใจบทบาทของสื่อ 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

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	
คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์เป็นมืออาชีพในระดับสากลด้วยนวัตกรรมการสื่อสารและรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน	03	ปฏิบัติตามแผนการประชาสัมพันธ์	032	ติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
			033	งานสร้างสรรค์ ออกแบบ
			034	ผลิตสื่อ
			035	เผยแพร่สื่อและกิจกรรม

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**
032	ติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	03201	ติดต่อสื่อสารกับลูกค้า	03201.01	ทำความเข้าใจกับกลุ่มลูกค้า
				03201.02	สอบถามความต้องการเชิงลึก
				03201.03	อธิบายรายละเอียดข้อมูลให้ชัดเจน
		03202	ติดต่อสื่อสารกับสื่อ	03202.01	วางแผนการติดต่อสื่อสารกับสื่อ
				03202.02	เอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลแก่สื่อ เพื่อการเข้าถึงได้ง่าย
				03202.03	จัดกิจกรรมรักษาความสัมพันธ์กับสื่อ
033	งานสร้างสรรค์ ออกแบบ	03303	ออกแบบสื่อดั้งเดิม	03303.01	เลือกประเภทของสื่อที่จะสื่อสาร
				03303.02	ออกแบบสื่อตามวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอ
		03304	ออกแบบสื่อใหม่	03304.01	เลือกประเภทของสื่อใหม่ที่จะทำการสื่อสาร
				03304.02	ออกแบบสื่อใหม่ตามวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอ
034	ผลิตสื่อ	03401	ผลิตสื่อ	03401.01	กำหนดกรอบระยะเวลาในการผลิต
				03401.02	ผลิตสื่อดั้งเดิมตามการออกแบบ
				03401.03	ผลิตสื่อใหม่ตามการออกแบบ
				03401.04	แก้ไขการผลิตสื่อ
035	เผยแพร่สื่อและกิจกรรม	03501	ทดสอบเผยแพร่สื่อ	03501.01	เลือกกลุ่มเป้าหมาย
				03501.02	เลือกแนวทางทดสอบ
				03501.03	เสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุง

คำอธิบาย

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

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 วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารมีประโยชน์อย่างยิ่งทั้งต่อบุคคลและสังคม บุคคลสามารถรับรู้ความ รู้สึกนึกคิดและความต้องการของผู้อื่น ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน สังคมทุกระดับจะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยการสื่อสารทั้งสิ้น

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐	☐

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. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้
(ง) วิธีการประเมิน
1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารมีประโยชน์อย่างยิ่งทั้งต่อบุคคลและสังคม บุคคลสามารถรับรู้ความ รู้สึกนึกคิดและความต้องการของผู้อื่น ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน สังคมทุกระดับจะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยการสื่อสารทั้งสิ้น

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

“การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารโดยมีเจตนาที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร” เมื่อผู้ส่งสารส่งสารไปยังผู้รับสารย่อมก่อให้เกิดผลบางประการที่ผู้ส่งสารปรารถนาในตัวผู้รับสาร ซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารก็ได้ จะเห็นได้ว่าวัตถุประสงค์ที่สำคัญยิ่งของการสื่อสารก็คือ การก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ตระหนักถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนและองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้ชีวิตมนุษย์เกือบทั้งหมด แต่การสื่อสารไม่ใช่การสนทนาที่ง่ายระหว่างผู้คน แต่เป็นระบบการสื่อสารทั้งหมดซึ่งประกอบด้วยฝ่ายสื่อสารอิทธิพลร่วมกันจริยธรรมเทคนิคการสื่อสารและส่วนประกอบอื่น ๆ ในชีวิตประจำวันกับคนที่รักคน ๆ หนึ่งไม่ได้คิดมากเกี่ยวกับน้ำเสียงที่เขามีให้เสียงน้ำเสียงของเขาและข้อมูลที่มีคุณภาพสูง แต่เมื่อกระบวนการสื่อสารมีการเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับงานและขึ้นอยู่กับมันโดยตรงบุคคลควรมีเทคนิคการสื่อสารบางอย่างกับลูกค้าวิธีการสื่อสารข้อมูลและได้รับคำแนะนำจากกฎและจริยธรรมบางอย่าง

การสื่อสารเป็นการติดต่อสื่อสารกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความรู้สึก นึกคิด ทัศนคติ ระหว่างกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ที่เหมาะสม การสื่อสารที่สมบูรณ์จำเป็นต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน โดยผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้รับสาร – ผู้ส่งสาร จะต้องมีความรู้พื้นฐาน และประสบการณ์ในเรื่องที่จะสื่อสารกัน และมีความสนใจในเนื้อเรื่อง หรือประเด็นที่จะสื่อสาร ถ้ามีความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดี ก็จะมีความพร้อมในการรับ หรือส่งสาร

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

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

4. สื่อ ถ้าสื่อในการนำสารเกิดอุปสรรค หรือขัดข้องไม่พร้อมในการนำสาร ก็จะทำให้การสื่อสารไม่สัมฤทธิ์ผล เช่น การพูดในสถานที่มีเสียงดังรบกวน หรือเครื่องโทรศัพท์ขัดข้อง หรือแม้แต่การเขียนหนังสือตัวหวัด การพิมพ์ที่เลอะเลือน ทำให้ผู้รับสารรับได้ไม่สะดวก หรือไม่ได้รับสารที่ครบถ้วน รวมถึงสมรรถภาพในฟัง หรือการพูดอาจเป็นอุปสรรคในการสื่อสารได้เช่นกัน

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

จรรยาบรรณในการสื่อสารกับลูกค้า

จริยธรรมของการสื่อสารทางธุรกิจ เป็นวิธีที่ดีสำหรับการสื่อสารที่มีประสิทธิผลกับคนที่รักเพื่อนร่วมงาน เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในด้านแรงงาน เมื่อบุคคลได้รับการปฏิบัติด้วยความเคารพเขาจะได้รับทัศนคติเดียวกันในการตอบสนอง
หากผู้ขายทักทายลูกค้าอย่างจริงใจเขาจึงปรับลูกค้าให้กับตัวเองในฐานะที่เป็นใบหน้าของ บริษัท
และเมื่อเห็นว่ามีการติดต่อเริ่มพูดคุยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตอบคำถามทั้งหมดของลูกค้าถามเกี่ยวกับความปรารถนาของเขาและแสดงสินค้าและสิ่งนี้
เทคนิคการสื่อสารที่ยอดเยี่ยมกับลูกค้า หลังจากบริการดังกล่าวลูกค้ายังคงพึงพอใจและมีความประทับใจที่น่าพอใจของ บริษัท

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 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
☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐	☐

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

สมรรถนะย่อย (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. ทักษะการเข้าถึงสื่อที่มีผลกระทบกับองค์กร

(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 กระบวนการทำงานของสื่อตลอดจนวิเคราะห์ถึงข้อมูลที่สื่อต้องการ เข้าใจบทบาทของสื่อ และหน้าที่ของสื่อ เพื่อให้สามารถดำเนินการติดต่อสื่อสารกับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ประเภทของการสื่อสาร

การจำแนกประเภทของการสื่อสาร สามารถจำแนกได้หลายลักษณะตามเกณฑ์ และวัตถุ ประสงค์ที่จะนำมาพิจารณา โดยทั่วไปสามารถจำแนกประเภทของการสื่อสารตามเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

1. จำแนกตามจำนวนผู้สื่อสาร ซึ่งจำแนกได้ดังนี้

1.1 การสื่อสารภายในตัวบุคคล หมายถึง การสื่อสารที่บุคคลเดียวเป็นทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสาร เช่นการคิดอยู่คนเดียว การอ่านหนังสืออยู่คนเดียว การพูดกับตัวเอง

1.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง การสื่อสารที่มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป สื่อสารกันโดยเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสลับกันไป มองเห็นหน้าตากันและพูดกันได้อย่างทั่วถึง การสื่อสารประเภทนี้ถือได้ว่าเป็นการสื่อสารในลักษณะกลุ่มย่อย ที่ทุกคนสามารถได้แลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง เช่น การพูดคุยกัน การสอนหนังสือในกลุ่มย่อย การประชุมกลุ่มย่อย การเขียนจดหมายโต้ตอบกัน เป็นต้น

1.3 การสื่อสารกลุ่มใหญ่ หมายถึง การสื่อสารระหว่างคนจำนวนมาก ไม่อาจมองเห็นหน้าตาได้อย่างทั่วถึง สมาชิกในกลุ่มไม่สามารถทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารกันได้ทุกคน เพราะมีระเบียบวินัยเข้ามาเกี่ยวข้อง และจำนวนสมาชิกก็มากเกินไป เช่น การบรรยายในที่ประชุม การสอนหนังสือในห้องเรียน การกล่าวคำปราศรัย การพูดหาเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น

1.4 การสื่อสารองค์การ เป็นการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับหน่วยงาน หรือหน่วยงานกับบุคคล โดยเนื้อหาของสารและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับภารกิจ และงานขององค์การ 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 การสื่อสารที่ใช้ภาษาถ้อยคำ หรือการสื่อสารเชิงวัจนภาษา เป็นการสื่อสารที่อยู่ในภาษาพูดหรือภาษาเขียน ได้แก่ การสื่อสารที่ใช้ภาษาพูดและภาษาเขียน เช่น การพูดบรรยาย การอภิปราย การเขียนหนังสือ เป็นต้น

2.2 การสื่อสารที่ไม่ใช้ภาษาถ้อยคำ หรือการสื่อสารเชิงอวัจนภาษา เป็นการสื่อสารที่ไม่ได้อยู่ในภาษาพูดหรือภาษาเขียน ได้แก่ การสื่อสารที่ใช้อากัปกริยาท่าทาง หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น กริยาอาการ สิ่งของ เวลา ร่างกาย สถานที่ น้ำเสียง เป็นต้น

3. จำแนกโดยถือเกณฑ์เห็นหน้าค่าตากัน คือ ยึดเอาตำแหน่งที่อยู่ของผู้ส่งสาร และผู้รับสารเป็นหลักพิจารณา จำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

3.1 การสื่อสารแบบเผชิญหน้าหรือการสื่อสารทางตรง เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสาร และผู้รับสารอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นกัน โต้ตอบซักถามกันได้ทันทีทันใด และมองเห็นอากัปกริยาซึ่ง กันและกันได้ตลอดเวลาที่ทำการสื่อสาร เช่น การสนทนากัน การเรียนการสอนในห้องเรียน การประชุมสัมมนา เป็นต้น

3.2 การสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าหรือการสื่อสารทางอ้อม เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารอยู่ในตำแหน่งที่ต่างกันทั้งสถานที่และเวลา ไม่สามารถซักถามหรือตอบโต้ได้ในทันทีทันใดและไม่สามารถสังเกตกริยาท่าทางซึ่งกันและกันได้ โดยจะอาศัยสื่อกลางเข้ามาช่วย เช่น โทรเลขหนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น

4.จำแนกโดยถือเกณฑ์ความสามารถในการโต้ตอบกัน

4.1 การสื่อสารทางเดียว เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่มีโอกาสได้โต้ตอบกัน อาจจะเห็นหน้าหรือไม่เห็นก็ได้ 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 ซึ่งผู้ ส่งสารและผู้รับสารอาจเป็นคนในประเทศเดียวกัน พูดภาษาเดียวกัน เช่น การสื่อสารระหว่างคนไทยภาคกลาง กับภาคเหนือ คนไทยพื้นราบกับคนไทยภูเขา เป็นต้น

5.3 การสื่อสารระหว่างประเทศ เป็นการสื่อสารในระดับชาติ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร จะต้องปฏิบัติหน้าที่ในฐานะเป็นตัวแทนของชาติ การสื่อสารประเภทนี้มักเป็นการสื่อสารที่เป็นทางการ

6. จำแนกโดยถือลักษณะเนื้อหาวิชา จำแนกได้ 8 ประเภท คือ

6.1 ประเภทข่าวสาร เป็นการสื่อสารที่เน้นเอาสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับระบบข่าวสาร นำ ไปประยุกต์ใช้กับงานด้านการกระจายข่าว การส่งข่าว การนำข้อมูลที่เก็บไว้มาใช้ ตลอดจนการพัฒนาวิธี วิเคราะห์ระบบข่าวสาร

6.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารที่มุ่งถึงทฤษฎีการสื่อสารใน สถานการณ์ต่าง ๆ ตั้งแต่การสื่อสารแบบตัวต่อตัว การสื่อสารกลุ่มย่อย ตลอดจนการสื่อสารกลุ่มใหญ่

6.3 การสื่อสารมวลชน เป็นการสื่อสารที่มุ่งส่งสารไปสู่คนจำนวนมากซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในที่ต่างๆ ให้ได้รับสารเดียวกันในเวลาเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน

6.4 การสื่อสารการเมือง เป็นการสื่อสารที่มีเนื้อหาไปในทางการเผยแพร่ข่าวสารการ เมือง การประชาสัมพันธ์หาเสียง การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับระบบการเมือง การเลือกตั้งตลอดจนระบอบ 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 ตลอดจนการแก้ไขปัญหาระบบการสาธารณสุข 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 สำหรับการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อนั้น มีวิธีการปฏิบัติเริ่มตั้งแต่การศึกษาและรวบรวมฐานข้อมูลของสื่อทุกประเภท ศึกษาลักษณะการให้ข่าวแก่สื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นการทำข่าวแจก การทำภาพข่าว การทำบทความ สารคดีนักข่าวส่วนใหญ่จะชอบข่าวเจาะมากกว่าข่าวแจก จึงจำเป็นต้องทำเป็นข่าวรายละเอียดไป ด้วยเพื่อขยายผล บางครั้งต้องทำสารคดีเชิงข่าวรายละเอียดที่จะทำให้ขยายผลมากขึ้นไประดับหนึ่ง เพื่อให้ความรู้ความเพลิดเพลิน และโน้มน้าวจูงใจ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถนำกลับมาใช้ได้อีกในโอกาสอื่นๆ

การทำแฟ้มคู่มือ เป็นรายละเอียดที่ให้ข่าวแก่สื่อได้ดีกว่าข่าวแจก ภาพข่าว เพราะในแฟ้มจะมีข้อมูลที่เป็นเอกสารประชาสัมพันธ์ขององค์กร รายชื่อผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องที่สามารถเป็นข้อมูลอ้างอิงเมื่อถึงคราวจำเป็นต้องใช้รวมอยู่ในแฟ้มด้วย

การให้สัมภาษณ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องจัดให้มีการสัมภาษณ์หรือจัดแถลงข่าว เพื่อชี้แจงและเพื่อประชาสัมพันธ์ต้องตระเตรียมการเชิญ ผู้ให้การต้อนรับ สถานที่ เครื่องมือที่พร้อมอำนวยความสะดวกแก่สื่อในการส่งข้อมูลกับโรงพิมพ์แม้แต่ หุ่นจำลองหรือการแสดงประกอบที่สื่อมวลชนสามารถนำไปเสนอได้

การนำชมกิจการเพื่อให้สื่อมวลชนได้มีโอกาสได้สัมผัสของจริง ต้องมีการนำพาสื่อมวลชนไปชม ศึกษากิจการที่ต้องการเป็นข่าว ในการรับรองต้องมีข้อมูลประกอบ เวลานัดหมาย โปรแกรมรายละเอียด เอกสารประกอบ การต้อนรับ ของที่ระลึก ตลอดจนการส่งเอกสารเพิ่มเติมหลังจากการดูงานเสร็จสิ้นแล้ว การจัดทำPress Preview ก็เป็นสิ่งจำเป็น สื่อมวลชนมักได้รับเชิญให้ไปชมกิจกรรมการแสดงล่วงหน้าก่อนผู้อื่นเพื่อจะได้นำข่าวมาเผยแพร่ บางครั้งก็นิยมจัดไปพร้อมกับการแถลงข่าว ทั้งนี้การประเมินผลงานของนักประชาสัมพันธ์สามารถวัดได้จากผลของสื่อที่เผยแพร่เริ่มจากการ วัดผลงานจากการตัดข่าว การเผยแพร่ข่าวในทุกสื่อที่ส่งข่าวออกไป ต้องเฝ้าระวังข้อตำหนิข้อชมเชยของสื่อ หากสื่อออกข่าวคลาดเคลื่อนจะได้ชี้แจงทำความเข้าใจ การรวบรวมข่าวผลงานการประชาสัมพันธ์ให้แบ่งเป็น หมวดหมู่ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในคราวหน้า

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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบสื่อดั้งเดิม โดยสื่อดั้งเดิมถือว่าเป็นสื่อที่เริ่มขึ้นมาในยุคต้นๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงประชาชนผู้รับสารได้ คราวละมากๆ และเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ในการออกแบบสื่อดั้งเดิมจำเป็นต้องระบุองค์ประกอบของสื่อดั้งเดิมได้ รวมถึงเลือกใช้เครื่องมือในการออกแบบสื่อดั้งเดิม เพื่อให้การออกแบบสื่อส่งผลต่อการผลิตสื่อที่มีคุณภาพต่อไป

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐	☐

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 เพื่อให้การออกแบบสื่อส่งผลต่อการผลิตสื่อที่มีคุณภาพต่อไป

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

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

สื่อแบบดั้งเดิมมีข้อจำกัดมากกว่าสื่อใหม่ เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสารมีเนื้อหาจำกัด สำหรับข่าวข้อมูลและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่นเดียวกับข้อจำกัดด้านเวลาในการออกอากาศของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ส่วนสื่อใหม่ก็มีข้อจำกัดอยู่บ้างตรงที่ไม่ได้เป็นการตีพิมพ์ข้อมูลข่าวสารลงบนกระดาษ รวมทั้งไม่ได้ป็นการออกอากาศรายการวิทยุและโทรทัศน์ไปยังผู้คนจำนวนมากในเวลาที่แน่นอน
ข้อมูลที่มีอยู่จะสามารถตอบสนองผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสารได้ก็ต่อเมื่อผู้รับสารมีความต้องการและเปิดหน้าจอคอมพิวเตอร์เท่านั้นแต่แนวโน้มในปัจจุบันจำนวนประชาชนที่เล่นอินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว น่าจะเป็นการลดปัญหาในประเด็นนี้ไปได้จำนวนหนึ่งกล่าวได้ว่าขณะที่สื่อดั้งเดิมส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้รับสารในลักษณะที่เป็น “Passive receivers” แต่ผู้รับสารของสื่อใหม่เป็นผู้รับสารที่มีลักษณะ “Active seeker” คือ เป็นฝ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้วยตนเอง ตามความสนใจของตนเองโดยอิสรเสรี ดังนั้นข้อมูลที่ไม่สามารถหาได้จากสื่อดั้งเดิม อาทิหนังสือพิมพ์ 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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบสื่อใหม่โดยต้องสามารถระบุความแตกต่างของสื่อใหม่แต่ละชนิดได้ ในการออกแบบสื่อใหม่จำเป็นต้องระบุองค์ประกอบของสื่อใหม่ได้ รวมถึงเลือกใช้เครื่องมือในการออกแบบสื่อใหม่ เพื่อให้การออกแบบสื่อส่งผลต่อการผลิตสื่อที่มีคุณภาพต่อไป

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐	☐

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 ไม่ว่าจะเป็นใครที่อยู่ทั่วทุกมุมโลกสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและชัดเจนอันเป็นการกระจายข่าวสารไปได้ทุกสารทิศ เช่น การส่งอีเมล ทวิตเตอร์ การแชท และสื่อที่ผู้บริโภคสามารถที่จะตอบโต้กับสื่อมวลชนได้ ในขณะที่สื่อดั้งเดิมไม่สามารถทำได้ เช่น การส่ง sms ไปในรายการต่างๆที่ เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นในโทรทัศน์ หรือการโทรศัพท์เข้าไปในรายการวิทยุหรือโทรทัศน์เพื่อแสดงความคิดเห็น ซึ่งในปัจจุบันสื่อใหม่ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากทุกวงการก็ว่าได้ ไม่เฉพาะวงการสื่อสารมวลชน แต่ยังมีอีกมากมาย เช่น ด้านการศึกษา คมนาคม อุตสาหกรรม ฯลฯ

สื่อใหม่ การสื่อสารผ่าน อินเตอร์เน็ตโดยผ่านสมาร์ทโฟน ติดต่อของทุกคน ทำให้การเข้าถึง ตัวของแต่ละบุคคลเป็นเรื่องที่ง่ายมากๆ ยอดติดตาม ยอดฟอลโล่ สามารถบอก feedback ของสินค้าแต่ละตัวบุคคลได้โดยผ่านแอพพลิเคชั่นต่างๆของสมาร์ทโฟนการเข้าถึงก็ง่ายที่สุดก็เพียงแค่คลิกเข้าไป 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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตสื่อ โดยต้องสามารถกำหนดกรอบระยะเวลาในการผลิตได้ รวมถึงสามารถผลิตสื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ตามการออกแบบได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้ได้ชิ้นงานสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐	☐

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 รวมถึงสามารถผลิตสื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ตามการออกแบบได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้ได้ชิ้นงานสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

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

การผลิตสื่อดั้งเดิม คือการดำเนินการผลิตสื่อดั้งเดิมเพื่อประชาสัมพันธ์ โดยที่บุคลากรในองค์กรหรือหน่วยงานเป็นผู้ดำเนินการผลิตสื่อดั้งเดิมขึ้นมาเอง โดยไม่ได้มีการจัดจ้างให้มีการผลิต จากบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกองค์กร โดยสื่อดั้งเดิมที่บุคลากรในองค์กรหรือหน่วยงานนั้นเป็นผู้ดำเนินการผลิต จะมีลักษณะที่เป็นสื่อพื้นฐานทั่วไปที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งไม่ได้มีความยุ่งยากซับซ้อนในการดำเนินการผลิต

การผลิตสื่อใหม่

สื่อใหม่ คือการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ที่มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามา ประกอบการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารนั้นทันสมัยมากยิ่งขึ้น และไม่จำกัดอยู่ในวงแคบๆอีกต่อไป นอกจากนี้สื่อใหม่ยังเป็นการทำให้ผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็นใครที่อยู่ทั่วทุกมุมโลกสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและชัดเจนอันเป็นการกระจายข่าวสารไปได้ทุกสารทิศ เช่น การส่งอีเมลล์ ทวิต เตอร์ การแชท และสื่อที่ผู้บริโภคสามารถที่จะตอบโต้กับสื่อมวลชนได้ ในขณะที่สื่อดั้งเดิมไม่สามารถทำได้ เช่น การส่ง sms ไปในรายการต่างๆที่ เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นในโทรทัศน์ หรือการโทรศัพท์เข้าไปในรายการวิทยุหรือโทรทัศน์เพื่อแสดงความคิดเห็น ซึ่งในปัจจุบันสื่อใหม่ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากทุกวงการก็ว่าได้ ไม่เฉพาะวงการสื่อสารมวลชน แต่ยังมีอีกมากมาย เช่น

ด้านการศึกษา คมนาคม อุตสาหกรรม ฯลฯ

สื่อใหม่ เป็นการสื่อสารผ่านอินเตอร์เน็ตโดยผ่านสมาร์ทโฟน ทำให้การเข้าถึงตัวของแต่ละบุคคลเป็นเรื่องที่ง่ายมากๆ ยอดติดตาม ยอดฟอลโล่ สามารถบอก feetback ของสินค้าแต่ละตัวบุคคลได้โดยผ่านแอพพลิเคชั่นต่างๆของสมาร์ทโฟนการเข้าถึงก็ง่ายที่สุดก็เพียงแค่คลิกเข้าไป เช่น Instargram Social cam Twitter เป็นต้น

การผลิตสื่อใหม่ คือการดำเนินการผลิตสื่อใหม่เพื่อประชาสัมพันธ์ โดยที่บุคลากรในองค์กรหรือหน่วยงานเป็นผู้ดำเนินการผลิตสื่อใหม่ขึ้นมาเอง โดยไม่ได้มีการจัดจ้างให้มีการผลิต 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 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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวการทดสอบสื่อ โดยต้องมีความสามารถในการเลือกกลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้ทดสอบสื่อก่อนการเผยแพร่ รวมถึงการเลือกแนวทางทดสอบสื่อซึ่งจำเป็นต้องเลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท ก่อนการเผยแพร่ รวมถึงสามารถนำข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุงเพื่อแก้ไขสื่อ ก่อนการเผยแพร่จริง

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐	☐

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 เลือกแนวทางทดสอบ	1. เลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภทก่อนการเผยแพร่ 2. สามารถสรุปแนวทางการทดสอบสื่อแต่ละประเภทได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03501.03 เสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุง	1. สามารเลือกใช้คำอธิบาย/คำบรรยายเนื้อหาที่มีความถูกต้องและเหมาะสมได้ 2. สามารถนำข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุงเพื่อแก้ไขสื่อก่อนการเผยแพร่จริง	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 รวมถึงการเลือกแนวทางทดสอบสื่อซึ่งจำเป็นต้องเลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท ก่อนการเผยแพร่ รวมถึงสามารถนำข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุงเพื่อแก้ไขสื่อ ก่อนการเผยแพร่จริง

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ความหมายของการทดสอบประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึงสภาวะหรือคุณภาพของสมรรถนะในการดำเนินงานเพื่อให้งานมีความสำเร็จโดยใช้เวลา ความพยายามและค่าใช้จ่ายคุ้มค่าที่สุดตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ โดยกำหนดเป็นอัตราส่วนหรือร้อยละระหว่างปัจจัยนำเข้า กระบวนการและผลลัพธ์ ประสิทธิภาพเน้นการดำเนินการที่ถูกต้องหรือกระทำสิ่งใดๆอย่างถูกวิธี คำว่าประสิทธิภาพมักสับสนกับคำว่าประสิทธิผล (Effectiveness) ซึ่งเป็นคำที่คลุมเครือไม่เน้นปริมาณ และมุ่งให้บรรลุวัตถุประสงค์และเน้นการทำสิ่งที่ถูกที่ควร ดังนั้นสองคำนี้จึงมักใช้คู่กัน คือประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การทดสอบประสิทธิภาพของสื่อ

การเลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท ก่อนการเผยแพร่ก็ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ผลิตงานว่า เมื่อมีการผลิตและพร้อมที่จะเผยแพร่ ผลงานนั้นจะไม่มีข้อผิดพลาดซึ่งจะเกิดขึ้นในระหว่างการผลิตซึ่งอาจจะทำให้เกิดความเสียหาย หรือทำให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์นั้นๆ ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ทั้งนี้การเลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท ก่อนการเผยแพร่ก็ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ
ดังนั้นในการทดสอบสื่อก่อนการเผยแพร่จำเป็นต้องระบุกลุ่มเป้าหมายที่จะมาเป็นผู้ทดสอบสื่อก่อนการเผยแพร่ เพื่อดูกระแส หรือ Feed backของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ นอกจากนั้นยังต้องทำการเลือกแนวทางการทดสอบสื่อให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท ก่อนการเผยแพร่
และนำข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุงเพื่อแก้ไขสื่อให้เป็นสื่อที่สมบูรณ์ก่อนการเผยแพร่จริง

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