มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ
Occupational Standard and Professional Qualifications

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์

จัดทำโดย สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

1. ชื่อมาตรฐานอาชีพ

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์

2. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐาน

N/A

3. ทะเบียนอ้างอิง (Imprint)

N/A

4. ข้อมูลเบื้องต้น

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มสาขาอาชีพจัดทำมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการมีความเป็นสากลและเหมาะสมกับประเทศไทย 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

ครั้งที่ 1

7. คุณวุฒิวิชาชีพที่ครอบคลุม (Professional Qualifications included)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน

สาขาประชาสัมพันธ์

อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 3

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

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

รหัสหน่วยสมรรถนะ	เนื้อหา
03502	เผยแพร่สื่อตามมอบหมาย
03503	ปฏิบัติงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด
03505	ปฏิบัติงานสนับสนุนในงานกิจกรรม
04201	สร้างฐานข้อมูล

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 3

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 3
จะมีความรู้ในการเชื่อมโยงหลักการปฏิบัติงานและผลการวิเคราะห์สารสนเทศ
โดยใช้ทักษะทางเทคนิคในการทำงานเลือกใช้หลักการและเครื่องมือในการปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย สามารถประยุกต์หลักการ เลือกใช้และงานตามมาตรการ
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 บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง
หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

03502 เผยแพร่สื่อตามมอบหมาย
03503 ปฏิบัติงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด
03505 ปฏิบัติงานสนับสนุนในงานกิจกรรม
04201 สร้างฐานข้อมูล

ตารางแผนผังแสดงหน้าที่

1. ตารางแสดงหน้าที่ 1

ประกาศใช้ ณ 21/05/2563

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 2	03	ปฏิบัติตามแผนการประชาสัมพันธ์	035	เผยแพร่สื่อและกิจกรรม
	04	การประเมินผลการประชาสัมพันธ์	042	เสนอแนะแนวทางในการปรับปรุง

คำอธิบาย ตารางแผนผังแสดงหน้าที่เป็นแผนผังที่ใช้วิเคราะห์หน้าที่งานเพื่อให้ได้หน้าที่หลัก (Key Function)

2. ตารางแสดงหน้าที่ 1 (ต่อ)

ประกาศใช้ ณ 21/05/2563

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**
035	เผยแพร่สื่อและกิจกรรม	03502	เผยแพร่สื่อตามมอบหมาย	03502.01	เลือกกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะต่อการเผยแพร่
				03502.02	การเลือกช่องทางการสื่อสาร
				03502.03	การวัดผลช่องทางการสื่อสาร
		03503	ปฏิบัติงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด	03503.01	เข้าใจขอบเขตงาน
				03503.02	ตรวจสอบงาน
		03505	ปฏิบัติงานสนับสนุนในงานกิจกรรม	03505.01	เตรียมความพร้อมก่อนกิจกรรม
				03505.02	ประสานงาน
				03505.03	ดำเนินกิจกรรม
				03505.04	ตรวจสอบความเรียบร้อยหลังเสร็จกิจกรรม
042	เสนอแนะแนวทางในการปรับปรุง	04201	สร้างฐานข้อมูล	04201.01	รวบรวมข้อมูล
				04201.02	เชื่อมโยงข้อมูล
				04201.03	จัดเก็บข้อมูล

คำอธิบาย

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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03502

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ เผยแพร่สื่อตามมอบหมาย

3. ทบทวนครั้งที่ N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

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
☐	☐	☑	☐	☐	☐	☐	☐

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)
03502.01 เลือกกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะต่อการเผยแพร่	1. ระบุกลุ่มเป้าหมายตามช่องทางที่ต้องการสื่อสารได้ 2. ระบุวิธีการที่จะทำการสื่อสารตามช่องทางการเผยแพร่ได้ 3. เตรียมสื่อให้พร้อมสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมาย	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03502.02 การเลือกช่องทางการสื่อสาร	1. สามารถเข้าใจคุณสมบัติ และประสิทธิผลช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อสมัยใหม่ และสื่อดั้งเดิมได้ 2. สามารถเลือกช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ 3. สามารถวางแผนการเผยแพร่สื่อตามลำดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03502.03 การวัดผลช่องทางการสื่อสาร	1. เข้าใจวิธีการวัดผล และเลือกวิธีวัดผลในช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่สื่อได้ 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. ความรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้ช่องทางในการเผยแพร่สื่อ

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 และความสามารถการเผยแพร่สื่อ เลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้ที่ได้รับผลกระทบ และต้องคำนึงถึงการเข้าถึงข้อมูลของผู้รับสาร เช่น คุณลักษณะ คุณภาพและข้อจำกัดการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภท ความรวดเร็วและการครอบคลุมพื้นที่ในเผยแพร่สื่อ ตลอดจนการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการสื่อสาร

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การเผยแพร่ หมายถึง กระบวนการที่ทำให้องค์ความรู้/นวัตกรรมได้รับการยอมรับและถูกนำไปใช้โดยบุคคลเป้าหมาย ฉะนั้นกระบวนการเผยแพร่จึงมีองค์ประกอบที่ต้องพิจารณาเพราะมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการเผยแพร่ คือ

1. ตัวองค์ความรู้/นวัตกรรมเอง ซึ่งหมายถึง สารสนเทศหรือข้อมูลที่นำไปใช้ต้องเป็นสิ่งที่สร้างความรู้เป็นของใหม่สำหรับกลุ่มบุคคลเป้าหมาย

2. ช่องทางในการสื่อสารขององค์ความรู้/นวัตกรรมนั้น ต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมและช่องทางในการสื่อสารที่ใช้มากคือ การใช้สื่อสารมวลชน แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปากยังเป็นที่ยอมรับและใช้ได้ดีอยู่

3. เงื่อนไขด้านเวลา ในแต่ละขั้นตอนของการเผยแพร่และการยอมรับ อาจมีช่วงของเวลาในแต่ละขั้นแตกต่างกันจำเป็นต้องมีการศึกษาและคาดการณ์ไว้สำหรับการเผยแพร่ให้เหมาะสมถูกกาลเทศ

4. ธรรมชาติของระบบสังคมหรือชุมชนหรือบุคคลเป้าหมายที่จะนำองค์ความรู้/นวัตกรรมไปเผยแพร่เป็นระบบสังคมที่มีธรรมชาติวัฒนธรรมของคนในสังคมที่จะนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีไปใช้ ฐานะทางเศรษฐกิจของคนในสังคมโดยรวม และกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสังคมที่แตกต่างกันสามารถยอมรับนวัตกรรมได้แตกต่างกัน การเมือง การปกครอง มีอำนาจต่อการยอมรับนวัตกรรมเป็นอย่างมาก ดังนั้นอิทธิพลของระบบสังคมจะช่วยให้เข้าใจและหาวิธีการที่เหมาะสมในการเผยแพร่นวัตกรรมได้

5. การยอมรับ เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยมีพื้นฐานทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยาเป็นองค์ความรู้สำคัญในการอธิบายกระบวนการในการยอมรับหรือไม่ยอมรับ

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 ปฏิบัติงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด

3. ทบทวนครั้งที่ N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลงานเผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด ซึ่งเป็นงานที่ต้องปฏิบัติตามคำสั่ง โดยต้องสามารถรู้เป้าหมายของการเผยแพร่สื่อ รวมถึงตรวจสอบการเผยแพร่สื่อว่าถูกต้องหรือไม่ นอกจากนั้นยังจำเป็นต้องรายงานผลการเผยแพร่สื่อให้ผู้บังคับบัญชาทราบด้วยข้อมูลจริง

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

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการสื่อสาร

2.ทักษะการประสานงานเบื้องต้น

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่สื่อตามกิจกรรมกำหนด

2. 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 ไม่ว่าจะเป็นวันเวลา สถานที่รวมถึงข้อกำหนดต่างๆ สามารถเข้าใจเป้าหมายของการเผยแพร่สื่อได้ ว่าการสื่อสารนั้นต้องการสื่อไปถึงใคร กลุ่มเป้าหมายใด ตลอดจนเลือกใช้ช่องทางการเผยแพร่สื่อได้ถูกต้องตามกำหนดเพื่อให้เข้าถึงผู้รับสาร

แนววิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. การย้ำหรือซ้ำบ่อย ๆ (Repeating) จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น คงทนถาวรมากขึ้น เหมือนการตอกย้ำหัวตะปู ยิ่งติดแน่นแม่นยำ แต่การใช้วิธีการนี้ควรระวังว่า ถ้าย้ำบ่อย ๆ และกรทำต่อเนื่องกันนานอาจถึงจุดอิ่มตัวขึ้นได้ ถ้าเมื่อใดถึงจุดอิ่มตัวผลจะลดลงทันที เพราะผู้รับจะเริ่มเบื่อหน่ายหรือชินชาเพราะฉะนั้นถ้าจะทำอยู่เรื่อย ๆ ควรให้มีทั้งความต่อเนื่องและความหลากหลาย

2. ให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วม (Participation) เช่น ในรายการโทรทัศน์ที่ให้ผู้ชมเข้าร่วมรายการด้วย จะมีอิทธิพลดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าที่ผู้จัดรายการจะให้อะไรอย่างเดียว การให้ผู้รับมีส่วนร่วมนั้นสามารถทำได้ทั้งรายการบันเทิง และรายการที่ให้ความรู้

หลักการพิจารณาเลือกใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากสิ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมายหลายชนิดด้วยกัน ฉะนั้นผู้ที่จะตัดสินใจเลือกสื่ออะไรมาใช้จะต้องพิจารณาให้รอบคอบเสียก่อน ว่าจะเหมาะสมและช่วยให้บรรลุเป้าหมายหรือไม่ การพิจารณาเลือกสื่อมาใช้นั้นควรจะคำนึงถึงลักษณะของสื่อที่แตกต่างกัน ดังนี้

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

2. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป้าหมาย (Audience's participation) หากจะรียงลำดับสื่อที่ประชาชนเป้าหมายได้มีส่วนร่วมมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด สามารถเรียงได้ดังนี้ การสนทนาระหว่าบุคคล กลุ่มอภิปราย การประชุมที่ไม่เป็นทางการ โทรศัพท์ การประชุมที่เป็นทางการ ภาพยนตร์เสียงในฟิล์ม โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง โทรเลข จดหมายโต้ตอบระหว่างบุคคล (ทั้งส่วนตัวและกึ่งราชการ) จดหมายติดต่อทั่วไป (จดหมายราชการหรือที่มีรูปแบบเป็นทางการ) หนังสือพิมพ์ ใบประกาศและภาพโฆษณา นิตยสาร หนังสือ

3. ด้านความเร็ว (Speed) สื่อที่มีความเร็วมากที่สุดคือ วิทยุและโทรทัศน์ และสื่อที่ช้าที่สุด คือ พวกหนังสือ ลักษณะเหล่านี้อาจกล่าวได้ว่า หากเป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวความเคลื่อนไหว ก็ต้องอาศัยความเร็วสูง แต่หากข่าวสารใดที่ต้องการให้ประชาชนเป้าหมายได้ศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียดก็ต้องใช้สื่อที่มีความเร็วต่ำ

4. ด้านความคงทน (Permanence) หนังสือจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวรมากกว่าสื่อใด ๆ วิทยุและโทรทัศน์จัดเป็นสื่อที่มีความคงทนน้อยที่สุด

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 N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานสนับสนุนในงานกิจกรรม โดยต้องสามารถเข้าใจขอบเขตงาน รวมถึงตรวจสอบความเรียบร้อยของเอกสารต่างๆได้ เช่น เอกสารใบเซนต์ชื่อผู้เข้าร่วมงาน จำนวนผู้เข้าร่วมงาน สามารถตรวจเช็คความเรียบร้อยของสถานที่จัดกิจกรรม เช่น ความพร้อมด้านเครื่องเสียง จอภาพ ไมค์ เป็นต้น ตลอดจนสามารถประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้

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)
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 เอกสารใบเซนต์ชื่อผู้เข้าร่วมงาน จำนวนผู้เข้าร่วมงาน สามารถตรวจเช็คความเรียบร้อยของสถานที่จัดกิจกรรม เช่น ความพร้อมด้านเครื่องเสียง จอภาพ ไมค์ เป็นต้น ตลอดจนสามารถประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ความหมายของการประสานงาน

การจัดระเบียบวิธีการทำงานเพื่อให้งานและเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ร่วมมือปฏิบัติงานเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เพื่อลดข้อขัดแย้ง และทำให้งานดำเนินไปได้อย่างราบรื่นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายขององค์การเป็นการจัดให้คนในองค์การทำงานให้สัมพันธ์สอดคล้องกัน โดยจะต้องตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบ วัตถุประสงค์ เป้าหมายและมาตราฐานการปฏิบัติขององค์การเป็นหลัก

การจัดระเบียบวิธีการทำงาน เพื่อให้งานและเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ร่วมมือปฏิบัติงานเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ไม่ทำให้งานซ้ำซ้อน ขัดแย้งกัน หรือเหลื่อมล้ำกัน ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กรนั้นอย่างสมาณฉันท์และมีประสิทธิภาพ การติดต่อสื่อสารให้เกิดความคิดความเข้าใจในการร่วมมือปฏิบัติงานให้สอดคล้องทั้งเวลา และกิจกรรมที่จะต้องกระทำ ให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างสมานฉันท์เพื่อ ให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่น ไม่เกิดการทำงานซ้ำซ้อน ขัดแย้ง หรือ เหลื่อมล้ำกัน

องค์ประกอบของการประสานงาน

1. ความร่วมมือ จะต้องมีความเข้าใจหรือมีการตกลงร่วมกัน มีการระดมความคิด วิธีการ เทคนิค การจัดหาทรัพยากรมาสนับสนุนการทำงานร่วมกัน
2. จังหวะเวลา ผู้ที่ปฏิบัติงานต้องมีความรับผิดชอบ ทำให้งานนั้นเป็นไปตามกำหนดเวลาที่ตกลงกัน ให้ตรงเวลา
3. ความสอดคล้องกัน จะต้องพิจารณาความพอเหมาะพอดี ไม่ทำงานซ้อนกัน เพื่อให้การบริหารงานประสบผลสำเร็จ
4. ระบบการสื่อสารที่ตรงกันอย่างรวดเร็วและราบรื่น
5. ผู้ประสานงานจะต้องสามารถทำให้ทุกฝ่ายเข้าร่วมทำงานอย่างมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน ตามวัตถุประสงค์ของงานที่กำหนดไว้

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

1. ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนจำนวนมากมาเข้าร่วมงาน
2. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงานและองค์กรให้เป็นที่รู้จักของประชาชน
3. ประชาชนที่มาร่วมงานได้รับสาระประโยชน์ ส่วนองค์กรได้สร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตาประชาชนเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อให้การศึกษาทางอ้อมในวิชาการสาขาต่าง ๆ และเหตุการณ์ต่าง ๆ แก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

2. เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล กิจกรรมของสถาบันต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
3. เพื่อกระตุ้นเร่งเร้ากลุ่มประชาชนเป้าหมายให้ร่วมมือกับสถาบันหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อสถาบัน ไปในทางที่พึงประสงค์
4. เพื่อสร้างความบันเทิง สนุกสนานความพึงพอใจแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

เทคนิคการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ

1. กำหนดจุดประสงค์งานและวางแผนชัดเจน

ก่อนที่จะเริ่มดำเนินการทุกๆ ขั้นตอน ผู้จัดจำเป็นที่จะต้องกำหนดจุดประสงค์งานก่อนเป็นอย่างแรก การที่รู้ว่าจะต้องทำอะไร ต้องการจะสื่ออะไร จะทำให้ข้อมูลที่ออกมาเป็นรูปเป็นร่างยิ่งขึ้น นอกจากตัวผู้จัดเองจะรู้แล้วว่าสิ่งที่กำลังทำคืออะไร การกำหนดจุดประสงค์อย่างชัดเจนก็จะทำให้มีการวางแผนงานที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้เข้าร่วมกิจกรรมก็จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นการตัดไฟแต่ต้นลม หากผู้จัดมีข้อมูลในส่วนนี้เตรียมพร้อมไว้ ไม่ว่าคำถามไหนๆ ที่จะเข้ามา ก็จะสามารถตอบได้อย่างแน่นอน เป็นผลดีกับทั้งสองฝ่ายอย่างเป็นได้ชัด

2. ศึกษากลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียด

เมื่อกำหนดและวางแผนเรียบร้อยแล้ว ก็จะต้องมาศึกษากลุ่มเป้าหมายที่เลือกไว้อย่างละเอียดอีกรอบ ต้องวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่สุด หากไม่ทำขั้นตอนนี้ กิจกรรมที่จะจัดก็อาจจะไม่มีคนเข้ามาร่วมฟังได้ ในขั้นตอนนี้อาจรวมไปถึงการออกแบบและการใช้ภาษาในการประชาสัมพันธ์อีกด้วย ความเป็นมืออาชีพอีกอย่างหนึ่งที่ขาดไม่ได้คือควรที่จะมีการประชาสัมพันธ์ออกไปทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษนั่นเอง รวมถึงโปสเตอร์หรืออาร์ตเวิร์กต่างๆ ของงานก็ควรที่จะมีการออกแบบที่ดี ดูเป็นมืออาชีพ เพราะนี่เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในการเชิญชวนให้มาร่วมกิจกรรมอย่างหนึ่งก็ว่าได้

3. เลือกสถานที่ที่เหมาะสม

การเลือกสถานที่ให้เหมาะสมกับประเภทการจัดงานก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน รายละเอียดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการจัดวางโต๊ะ การจัดวางเก้าอี้ ขนาดของห้องหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทุกอย่างควรคำนึงถึงจำนวนผู้เข้าร่วมงานและประเภทของผู้เข้าร่วมงานเป็นต้น รวมถึงต้องคำนึงถึงการเดินทางอีกด้วยว่าสถานที่ที่เลือกนั้นเหมาะสมหรือเปล่า มีที่จอดรถหรือไม่ หรือว่าควรจะจัดสถานที่ที่ใกล้รถไฟฟ้า สำหรับหัวข้อนี้ก็เป็นการบ้านอีกอย่างที่จำเป็นต้องทำ

4. มองหาวิทยากรที่เหมาะสมกับหัวข้อที่จัดตั้งขึ้น

เทคนิคการจัดกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพอีกอย่างหนึ่งก็คือการมองหาวิทยากรที่เหมาะกับหัวข้อที่กำหนดนั่นเอง ในประเทศไทยมีวิทยากรมากมาย ขึ้นอยู่กับว่าผู้จัดนั้นจะเลือกได้เหมาะสมหรือไม่ แน่นอนว่าวิทยากรที่ดีไม่ใช่วิทยากรที่ผู้คนรู้จักเยอะเพียงอย่างเดียว แต่วิทยากรที่ดีที่เหมาะสมนั้นจะต้องทำการควบคุมบรรยากาศภายในงานพร้อมทั้งถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเป็นธรรมชาติ

5. ละเอียด รอบคอบ พร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง

พื้นฐานอย่างหนึ่งของผู้จัดงานอยู่แล้วในข้อนี้ แต่ผู้จัดหลายๆ คนที่ขาดตรงนี้ไป และทำให้งานมีประสิทธิภาพและความเป็นมืออาชีพน้อยลง เมื่อเริ่มการจัดงานแล้ว สถานการณ์ที่คาดไม่ถึงทั้งหลายอาจจะเกิดขึ้นได้ อย่างเช่นการขัดข้องของอุปกรณ์หรือนักสัมมนาก่อความวุ่นวาย ทุกอย่างล้วนเกิดขึ้นได้ ทางผู้จัดเองก็ควรที่จะมีความละเอียดรอบคอบและมีแผนสำรองสำหรับเหตุการณ์เหล่านี้ด้วย

6. มีการสรุปใจความของการจัดกิจกรรม

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมหลายๆ ท่านอาจจะเกิดความสับสนได้ว่า สุดท้ายแล้วเรามาทำอะไรที่การจัดงานนี้กันแน่ เพราะฉะนั้นในท่อนสุดท้ายก่อนการปิดงาน 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. 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 N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 2432 Public Relations Professionals

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการสร้างฐานข้อมูล การสร้างภาพลักษณ์ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อเป็นประเมินระบบการรักษากลุ่มลูกค้าและการสร้างฐานกลุ่มลูกค้ารายใหม่ เพื่อเป็นการต่อยอดฐานลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

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)
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. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน 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 (Klotler. 1997:722-723)

2. เพื่อชี้บอกผู้จะเป็นลูกค้าในอนาคต (identifying prospects) หลายบริษัทใช้วิธีแสวงหารายชื่อของลูกค้าเพื่อการขาย (sales leads) ด้วยการใช้การโฆษณาหรือยื่นข้อเสนอบางอย่าง ซึ่งโดยปกติจะมีลักษณะที่ให้มีการตอบรับด้วย เช่นบัตรตอบรับ และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถโทรฟรี เพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม เป็นต้น ผู้ตอบรับเหล่านี้จะนำมารวบรวมสร้างเป็นฐานข้อมูลขึ้น และจากนั้นจะนำมาแยกประเภทเพื่อระบุเป็นลูกค้าที่มุ่งหวังที่มีโอกาสเป็นลูกค้าในอนาคตมากที่สุด หลังจากนั้นก็จะติดต่อเข้าถึงโดยทางจดหมาย โทรศัพท์ หรือไปเยี่ยมส่วนตัว เพื่อเปลี่ยนให้เป็นลูกค้าอย่างแท้จริงในที่สุด

3. เพื่อตัดสินใจว่าลูกค้ารายใดควรจะได้รับข้อเสนอโดยเฉพาะบางอย่าง (deciding which customers should receive a particular offer) บริษัทหลายแห่งจะตั้งเกณฑ์เพื่อบรรยายลักษณะลูกค้าเป้าหมายในอุดมคติขึ้น และค้นหาลูกค้าในฐานข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงตามเกณฑ์ที่วางไว้มากที่สุด จากการสังเกตอัตราการตอบรับการติดต่อ บริษัทก็จะสามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเสนอบางสิ่งอย่างเป็นระยะ ได้ เช่น ภายหลังจากการซื้อ 1 สัปดาห์จะส่งข้อความแสดงความขอบคุณ 5 สัปดาห์ หลังจากนั้นจะส่งข้อเสนอใหม่ 10 สัปดาห์หลังจากนั้น (หากลูกค้ายังไม่ตอบรับ) ก็จะโทรศัพท์ไปถึงและยื่นข้อเสนอสวนลดพิเศษ เป็นต้น

4. เพื่อทำให้ลูกค้ามีความภักดีมากขึ้น (deepening customer loyalty) บริษัทสามารถสร้างเสริมความสนใจ และความกระตือรือร้นของลูกค้าได้หลายวิธี เช่น ด้วยการจดจำสิ่งต่าง ๆ ที่ลูกค้าชื่นชอบ การส่งของขวัญ คูปองส่วนลด และเอกสารต่าง ๆ ที่น่าสนใจไปให้ เป็นต้น

5. เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้า (reactivating customer purchase) บริษัทสามารถกำหนดโปรแกรม ติดต่อกับลูกค้าทางไปรษณีย์ที่แน่นอน เช่น การส่งบัตรอวยพรวันเกิด บัตรแสดงความยินดีครบรอบวันแต่งงาน บัตรเตือนการช็อปปิ้งในเทศการคริสต์มาส หรือสิ่งส่งเสริมการตลาดนอกฤดูการต่าง ๆ ไปยังลูกค้าที่ปรากฏในฐานข้อมูล ฐานข้อมูลจะช่วยให้บริษัทสามารถนำเสนอสิ่งจูงใน 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