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

อาชีพนักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 6

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

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

รหัสหน่วยสมรรถนะ	**เนื้อหา**
02101	กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
02102	กำหนดกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์
02103	กำหนดกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์
02104	กำหนดกลวิธีทางการประชาสัมพันธ์

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 6

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 จะมีความรู้เชิงทฤษฎีที่อาจนำไปปรับใช้เป็นองค์ความรู้หรือนวัตกรรมในงานอาชีพเพื่อการพัฒนาระบบการทำงาน โดยใช้ทักษะในการบริหารจัดการกลยุทธ์และใช้องค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหางานซับซ้อนมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีความรู้เกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุง แก้ไข พัฒนาธุรกิจหรืออุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามบริบทและสถานการณ์ปัจจุบัน มีความเข้าใจในข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายธุรกิจและข้อมูลภาพรวมทางด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถวิเคราะห์ กำหนดโจทย์และกลยุทธ์ทางธุรกิจ และสามารถกำหนดกลวิธีและวิธีการการประชาสัมพันธ์ได้ โดยนำข้อมูลที่วิเคราะห์เกี่ยวกับธุรกิจ โจทย์ และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ มาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติที่ตรงกลุ่มเป้าหมายสามารถต่อยอดการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ 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 และมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร 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

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	02	วางแผนและกำหนดวิธีการประชาสัมพันธ์	021	วางแผนและกำหนดกลยุทธ์

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**
021	วางแผนและกำหนดกลยุทธ์	02101	กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์	02101.01	กำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานที่มีความชัดเจน
				02101.02	กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่สามารถวัดผลได้
				02101.03	กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่สามารถบรรลุผลได้
				02101.04	กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารให้เป็นจริงได้
				02101.05	กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารให้เหมาะสมกับช่วงเวลา
		02102	กำหนดกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์	02102.01	ระบุกลุ่มเป้าหมายหลัก
				02102.02	ระบุกลุ่มเป้าหมายรอง
				02102.03	ระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง
		02103	กำหนดกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์	02103.01	กำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร
				02103.02	กำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อ
				02103.03	กำหนดกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ
		02104	กำหนดกลวิธีทางการประชาสัมพันธ์	02104.01	กำหนดวิธีการประชาสัมพันธ์
				02104.02	กำหนดช่องทางและสื่อการประชาสัมพันธ์
				02104.03	กำหนดกรอบเวลา
				02104.04	กำหนดทรัพยากร
				02104.05	กำหนดผู้รับผิดชอบ

คำอธิบาย

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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 02101

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

3. ทบทวนครั้งที่ N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

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

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ สามารถวิเคราะห์ และตีความเพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุง แก้ไข พัฒนาธุรกิจหรืออุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามบริบทและสถานการณ์ปัจจุบัน

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)
02101.01 กำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานที่มีความชัดเจน	1. ใช้ภาษาที่ชัดเจน กระชับ ไม่ใช้คำผิด 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
02101.04 กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารให้เป็นจริงได้	1. ระบุวัตถุประสงค์ให้มีความสมเหตุสมผลตามความเป็นจริง สามารถอธิบายเหตุและผลได้ชัดเจน 2. วัตถุประสงค์สามารถแตกย่อยออกเป็นกลยุทธ์ กลวิธี และกิจกรรมได้หลากหลายเพียงพอ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
02101.05 กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารให้เหมาะสมกับช่วงเวลา	1. ระบุวัตถุประสงค์สอดคล้องกับบริบทและห้วงเวลาที่กำหนดตามแผนงาน 2. ระบุวัตถุประสงค์มีความยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนได้ตามบริบทและห้วงเวลา	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 และความสามารถในการวิเคราะห์ความต้องการข้อมูลที่จำเป็นสำหรับบริบททางธุรกิจ การประเมินข้อมูลที่มีอยู่ในธุรกิจ การระบุข้อมูลใหม่ๆที่จำเป็นสำหรับบริบททางธุรกิจ และการใช้งานเครือข่ายสังคมและแหล่งข้อมูลแบบเปิดให้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การวางแผนเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการทำงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความรู้ด้านการวางแผน
เพื่อจะได้นำความรู้ด้านการวางแผนนี้มาใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป ซึ่งขั้นตอนแรกของการวางแผน คือการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ควรนำมาวิเคราะห์คือ สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้เราทราบจุดแข็ง (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
ขององค์การ
2. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นกับสาธารณชน เพื่อให้องค์การได้รับความสนับสนุนและเพื่อความอยู่รอด
ขององค์การ รวมถึงการกระตุ้นให้สาธารณชนเกิดความนิยม เชื่อถือ ไว้วางใจ และศรัทธา ในนโยบาย
และการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ ขององค์การ เพื่อให้กิจการดำเนินงานไปได้อย่างราบรื่น
3. เพื่อสร้าง ปกป้องและรักษาชื่อเสียงขององค์การ และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้องค์การต่อสาธารณชน
จะเห็นว่าชื่อเสียงเป็นสิ่งสำคัญต่อความอยู่รอดขององค์การ โดยที่องค์การบางองค์การอาจต้องยอมเสียผลประโยชน์บางอย่างเพื่อแลกกับการรักษาชื่อเสียงไว้
เพราะชื่อเสียงจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์การในสายตาของสาธารณชน
4. เพื่อแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากสาธารณชน ทั้งจากสาธารณชนภายในและภายนอก
นอกจากวัตถุประสงค์ทั่วไปแล้ว การประชาสัมพันธ์ยังมีวัตถุประสงค์เฉพาะอย่างของแต่ละกิจกรรมแตกต่างกัน
ออกไปเพื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์หรือลักษณะของแต่ละกิจกรรม ตัวอย่างของวัตถุประสงค์เฉพาะ เช่น
- เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น เช่น ข่าวลือในด้านลบขององค์การซึ่งทำให้สาธารณชนเกิดความเข้าใจผิดต่อองค์การ โดยจะทำการค้นหาสาเหตุและขจัดแหล่งต้นเหตุ
โดยหาทางทำความเข้าใจ ชี้แจงเหตุผลให้กระจ่างชัด
- เพื่อเผยแพร่คุณงามความดีของกิจกรรม เพื่อให้สาธารณชนได้รู้ถึงสิ่งที่องค์การได้กระทำการอันเป็นประโยชน์ต่อสังคมและชุมชนรอบข้าง เพื่อให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธา
และเกิดการสนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานของกิจการ
- เพื่อส่งเสริมและชักจูงใจสาธารณชนให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธาต่อองค์การ
- เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้ทราบถึงทัศนคติ ประชามติ หรือความรู้สึกนึกคิดของสาธารณชนที่มีต่อองค์การ
- 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 N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

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

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายธุรกิจ โจทย์ และกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะใช้ประชาสัมพันธ์ของธุรกิจได้ สามารถวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อวางกลยุทธ์ แก้ไข พัฒนาการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือหน่วยงาน

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)
02102.01 ระบุกลุ่มเป้าหมายหลัก	1. สามารถจำแนกกลุ่มเป้าหมายหลักตามหลักภูมิศาสตร์ และ/หรือ ตามหลักประชากรศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรม 2. สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายหลักที่ต้องการที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02102.02 ระบุกลุ่มเป้าหมายรอง	1. สามารถจำแนกกลุ่มเป้าหมายรองตามหลักภูมิศาสตร์ และ/หรือ ตามหลักประชากรศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรม 2. สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายรองที่ต้องการที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02102.03 ระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง	1.สามารถจำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารได้ 2. สามารถจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารได้	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 โจทย์และกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะใช้ประชาสัมพันธ์ของธุรกิจได้ สามารถวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อวางกลยุทธ์ แก้ไขพัฒนาการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การวางแผนเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการทำงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความรู้ด้านการวางแผนเพื่อจะได้นำความรู้ด้านการวางแผนนี้มาใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป ซึ่งขั้นตอนแรกของการวางแผน คือการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ควรนำมาวิเคราะห์คือ สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้เราทราบจุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) โอกาส(O) และภัยคุกคาม(T) ขององค์กรตามหลัก SWOT Analysis ก่อนที่จะกำหนดรายละเอียดอื่นๆให้ถูกต้อง

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากสำหรับเจ้าของธุรกิจ บริษัท องค์กร หน่วยงานและห้างร้านต่างๆที่จะเป็นการเสริมความเข้าใจ สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายผ่านทางการสื่อสาร ข่าวสาร การสร้างคอนเทนต์ต่างๆเพื่อที่จะให้กลุ่มเป้าหมายเกิดทัศนคติที่ดีแก่องค์กร มุ่งหวังที่จะได้รับการสนับสนุน เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่เกิดความนิยมและมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการขายสินค้า การโฆษณาและกระจายข่าวสารต่างๆ ที่จะนำมาซึ่งความต้องการความสนใจและอยากจะซื้อขาย ทั้งนี้ก่อนที่จะทำการประชุมสัมพันธ์นั้น สิ่งที่เราจะต้องคำนึงก่อนเสมอก็คือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ที่จะต้องเลือกและวางแผนให้สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์มากที่สุด เพราะถ้าหากประชาสัมพันธ์ออกไปโดยที่ยังไม่รู้ว่าต้องการจะสื่อสารกับใคร ต้องการกระตุ้นความสนใจจากใคร หรือต้องการเสียงตอบรับจากใคร ก็จะนำมาซึ่งการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ได้ผล แต่ถ้าหากมีการวางแผนและกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนก่อนการประชาสัมพันธ์ให้ตรงจุด ก็จะนำมาซึ่งการกระจายข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เช่น ถ้าหากต้องการประชาสัมพันธ์ให้กับคนในกรุงเทพมหานคร แต่ไม่รู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร จะสื่อสารกับใคร ก็จะกลายเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ล้มเหลวและไม่เป็นผลถึงแม้จะมีประชากรมากก็ตาม แต่ถ้าหากคุณกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้แน่ชัด ก็สามารถที่จะกำหนดตลาดได้ชัดเจนขึ้น นำมาซึ่งการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผล ได้รับเสียงตอบรับจากคนที่สนใจ

สำหรับการกำหนดกลุ่มเป้าหมายก่อนการประชาสัมพันธ์นั้นก็สามารถที่จะใช้หลักการได้หลายรูปแบบ ดังต่อไปนี้

- การกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามภูมิศาสตร์ เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ตรงตามพื้นที่ที่อยู่ เพื่อที่จะตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่นั้นๆ เช่น จังหวัด อำเภอ ภูมิภาค ประเทศ รวมไปถึงลักษณะของบ้าน คอนโดมิเนียม เป็นต้น
- การกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามหลักจิตวิทยา เป็นการกำหนดโดยแบ่งตามเกณฑ์การดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ ความชอบ เช่น ไลฟ์สไตล์ส่วนตัว ร้านอาหารที่ชอบ รสชาติอาหารที่ชอบ กิจกรรมที่ชอบทำ สีที่ชอบ เป็นต้น
- กำหนดกลุ่มเป้าหมายตามหลักพฤติกรรม เป็นการกำหนดผ่านทางฤติกรรมของผู้บริโภค ที่จะยึดหลักความนิยม ความรู้ ปฏิกิริยาตอบสนอง ความพร้อมในการซื้อ เช่น ช่วงเวลาในการซื้อของ ความถี่ในการซื้อของ ความสนใจพิเศษ หรือทัศนคติที่มีต่อองค์กรหรือสินค้าประเภทนี้นั่นเอง
- 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 N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

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

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลภาพรวมทางด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับธุรกิจ โจทย์ และวัตถุประสงค์ของธุรกิจได้ สามารถวิเคราะห์และกำหนดโจทย์และกลยุทธ์ทางธุรกิจ การวิเคราะห์ที่ครอบคลุมในการรายงานความคืบหน้ากลยุทธ์ เพื่อขยายความสำเร็จให้มากขึ้น
และการจัดการแก้ไขอุปสรรคปัญหาใหม่ๆ ที่พบเจอตลอดระยะเวลาการทำการประชาสัมพันธ์

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

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลภาพรวมทางด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับธุรกิจ โจทย์และวัตถุประสงค์ของธุรกิจได้ สามารถวิเคราะห์ และกำหนดโจทย์และกลยุทธ์ทางธุรกิจ การวิเคราะห์ที่ครอบคลุมในการรายงานความคืบหน้ากลยุทธ์เพื่อขยายความสำเร็จให้มากขึ้น

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การวางแผนเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการทำงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความรู้ด้านการวางแผนเพื่อจะได้นำความรู้ด้านการวางแผนนี้มาใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป ซึ่งขั้นตอนแรกของการวางแผน คือการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ควรนำมาวิเคราะห์คือสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้เราทราบจุดแข็ง (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 จะไม่สามารถได้ว่าโปรแกรมประสบความสำเร็จหรือไม่ อย่างไร
แต่ถ้าเป้าหมายเกี่ยวกับการเพิ่มการยอมรับแบรนด์ จำนวนผู้ติดตามและการตอบกลับจะเป็นเครื่องมือประเมินผลที่มีประโยชน์ แต่ต้องเป็นการสำรวจโดยบุคคลที่สาม
จึงจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่าหรือทีมงานทำการสำรวจเอง
1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ต้องรู้ว่าคุณต้องการพูดกับใคร นอกจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ตามกฎเกณฑ์ปัจจัยทางสังคมศาสตร์แล้ว
ควรเข้าใจพฤติกรรมทางด้านดิจิทัลของกลุ่มเป้าหมายด้วย เช่น กลุ่มเป้าหมายดูข้อมูลออนไลน์ที่ไหน รูปแบบไหนที่พวกเขาชื่นชอบ เป็นต้น
ยิ่งคุณรู้เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายของคุณมากเท่าไร กลยุทธ์ของคุณก็จะประสบความสำเร็จมากขึ้นเท่านั้น
2. การกำหนดเป้าหมาย เมื่อคุณเลือกกลุ่มเป้าหมายแล้วคุณก็ต้องกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์ สิ่งใดที่บริษัทต้องการให้กลุ่มเป้าหมายทำ
ซึ่งเป็นผลมาจากการที่พวกเขาได้เห็นการดำเนินการทางด้านการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล หากต้องการให้ความรู้แก่ อาจตั้งเป้าหมายเกี่ยวกับการรับรู้หรือเข้าใจ
หากต้องการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่พวกเขา เป้าหมายก็ควรจะเกี่ยวกับการยอมรับหรือการเชื่อ หรือต้องการให้กลุ่มเป้าหมายทำสิ่งใดที่เฉพาะเจาะจง
ก็สามารถกำหนดเป็นเป้าหมายได้เช่นกัน ในการกำหนดเป้าหมายนั้นต้องคำนึงด้วยว่า จะประเมินผลอย่างไร เพื่อให้รู้ว่าการดำเนินการได้ผลหรือไม่ เช่น
ไม่ควรบอกว่าต้องการให้การประชาสัมพันธ์จะสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าใหม่ของบริษัทเพิ่มขึ้น แต่ต้องเฉพาะเจาะจงและระบุจำนวนที่ชัดเจนด้วย
3. การเขียนรายละเอียดหัวข้อและเนื้อหาหลัก เมื่อรู้แล้วว่าต้องการให้โปรแกรมการประชาสัมพันธ์บรรลุผลอะไร ก็ถึงเวลาที่จะต้องคิดเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายอีกครั้ง เช่น
การดำเนินการเกี่ยวโยงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างไร ซึ่งต้องไม่ใช่การรบกวนพวกเขา เนื้อหาใดที่บริษัทจัดทำแล้วจะช่วยเหลือหรือให้ความบันเทิงแก่กลุ่มเป้าหมาย
ซึ่งเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของพวกเขาและเชื่อมโยงกับเป้าหมายของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์อย่างไร จากนั้นคุณก็รวบรวมรายการหัวข้อต่างๆ
และเขียนเนื้อหาที่เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน
4. การจัดทำแผนการเผยแพร่ กลุ่มเป้าหมายมีช่องทางการสื่อสารที่พวกเขาพึงพอใจ เช่น อีเมล โซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์ม ข้อความแจ้งเตือน เป็นต้น
พวกเขามีอุปกรณ์ที่พวกเขาใช้เป็นประจำ เช่น สมาร์ทวอตช์โทรศัพท์ แท็บเล็ต แลปท็อป หรือเดสท็อป 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 N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

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

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถกำหนดกลวิธีและวิธีการการประชาสัมพันธ์ได้ โดยนำข้อมูลที่วิเคราะห์เกี่ยวกับธุรกิจ โจทย์ และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ มาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติ ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายสามารถต่อยอดการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ และนำเสนอช่องทางต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือหน่วยงาน

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)
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
02104.04 กำหนดทรัพยากร	1. ระบุจำนวนคนที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้ 2. ระบุงบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้ 3. ระบุ Supplier ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ในช่องทางที่เลือกได้ 4. ระบุวัสดุอุปกรณ์ เครื่องจักร เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
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 ประเมินการกำหนดกลวิธีการประชาสัมพันธ์ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการกำหนดกลวิธีและวิธีการการประชาสัมพันธ์ได้ โดยนำข้อมูลที่วิเคราะห์เกี่ยวกับธุรกิจ โจทย์และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ มาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติ ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายสามารถต่อยอดการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และนำเสนอช่องทางต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การวางแผนเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการทำงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความรู้ด้านการวางแผนเพื่อจะได้นำความรู้ด้านการวางแผนนี้มาใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป ซึ่งขั้นตอนแรกของการวางแผน คือการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ควรนำมาวิเคราะห์คือสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้เราทราบจุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) โอกาส(O) และภัยคุกคาม(T) ขององค์กรตามหลัก SWOT Analysis ก่อนที่จะกำหนดรายละเอียดอื่นๆให้ถูกต้อง

วิธีการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ซึ่งหมายถึงการดำเนินงานเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและการจัดกิจกรรมเพื่อสาธารณะอย่างมีแผนและต่อเนื่องสม่ำเสมอ

- การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบันเอง อันได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน

พนักงาน ลูกจ้าง รวมตลอดจนถึงนักการภารโรง คนขับรถภายในองค์การสถาบันให้เกิดมีความรักใครกลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญและความรักใครผูกพัน จงรักภักดี (Loyalty) ต่อหน่วยงานการประชาสัมพันธ์ภายใน จึงมีความสำคัญมาก การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์การ
สถาบันจะดีไปไม่ได้เลยหากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ
เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานจะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย
และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการ และการดำเนินงานขององค์การสถาบันเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัวและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน ลูกจ้างภายในสถาบันมีความเข้าใจในนโยบาย และการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดี ก็จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้าง
ประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วยสำหรับสื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้น อาจใช้การติดต่อสื่อสารด้วยวาจา แบบซึ่งหน้า (Face of Face) หรืออาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์การ (House Journal) ช่วย เช่น หนังสือเวียน จดหมายของภายใน วารสารภายใน เป็นต้น

- การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอก กลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ประชาชนทั่วไป และประชาชนที่องค์การสถาบันเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภค รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ความเข้าใจในตัวสถาบัน และให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี การทำการประชาสัมพันธ์ภายนอกต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่ หรือจำนวนมาก
จึงอาจใช้เครื่องมือ สื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสู่สาธารณชนด้วย อันได้แก่ สื่อมวลชน (Mass Media) เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบัน องค์การ 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