

# AIM3201



## กลยุทธ์การสร้างสรรค์ งานสื่อสารการตลาด

Marketing Communication  
Creativities Strategies

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกวีล ศรีจินตา

การกำหนด**กลยุทธ์**และ**ยุทธวิธี**การสร้างสรรค  
เพื่อ**ถ่ายทอดความคิด**สู่**เครื่องมือสื่อสาร**การตลาด  
กระบวนการสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้ภาพและข้อความสำหรับใช้  
ในการ**สื่อสารผ่านสื่อ**ประเภทต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิม และสื่อสมัยใหม่  
**ปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงาน** เพื่อการสื่อสารการตลาด  
ในลักษณะต่างๆ ไปยัง**กลุ่มเป้าหมาย**ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

# หนังสือประกอบการเรียน

กลยุทธ์การสร้างสรรคงานสื่อสารการตลาด

# MARKETING COMMUNICATION CREATIVITIES STRATEGIES

กลยุทธ์การสร้างสรรคงานสื่อสารการตลาด

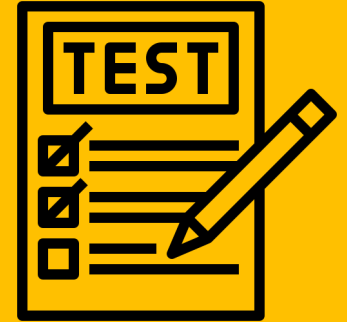
ประกายภาวิลา ศรีจินดา

# วิธีการเรียนการสอน



1. การบรรยายในชั้นเรียน 30%
2. บรรยายผ่านระบบออนไลน์ 30%
3. การฝึกปฏิบัติทำงาน กิจกรรม ในชั้นเรียน 40%

# เกณฑ์การให้คะแนน



คะแนนจิตพิสัย (การเข้าชั้นเรียน, มารยาท, การแต่งกาย)	10%
คะแนนแบบฝึกหัดตามบทเรียน*	20%
คะแนนภาคปฏิบัติในชั้นเรียน**	50%
คะแนนสอบปลายภาค	20%

---

**รวมตลอดภาคการศึกษา**

**100%**

# คะแนนแบบฝึกหัดตามบทเรียน\*



แบบฝึกหัดที่ 1 Big Idea

5 คะแนน

แบบฝึกหัดที่ 2 Key Message และ Key Visual

5 คะแนน

แบบฝึกหัดที่ 3 ตอบคำถามการใช้ Appeal Strategy

5 คะแนน

แบบฝึกหัดที่ 4 ตอบคำถามการใช้ Selling Point

5 คะแนน

---

SUM

20%

## คะแนนภาคปฏิบัติในชั้นเรียน\*\*

งานเดี่ยวชิ้นที่ 1	Big Idea	5 คะแนน
งานเดี่ยวชิ้นที่ 2	Corporate Identity	5 คะแนน
งานเดี่ยวชิ้นที่ 3	Storytelling	5 คะแนน
งานเดี่ยวชิ้นที่ 4	Influencer Marketing	5 คะแนน
งานเดี่ยวชิ้นที่ 5	Content Marketing	5 คะแนน
งานกลุ่มชิ้นที่ 1	Storyboard	5 คะแนน
งานกลุ่มชิ้นที่ 2	Event Marketing	5 คะแนน
งานกลุ่มชิ้นที่ 3	Sponsorship Marketing	5 คะแนน
งานกลุ่มชิ้นที่ 4	งานประกวด Creative***	10 คะแนน

รวม

50 คะแนน





- แนะนำเนื้อหารายวิชาและเกณฑ์การให้คะแนน
- ขอบปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน
- แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด





สัปดาห์ที่ 2 วันที่ 14 ธ.ค. 63

กระบวนการสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด



# Creativities Strategies



# Corporate Identity



# Appeal Strategy



# Selling Point



Execution / Technique



# Storytelling



สัปดาห์ที่ 10 วันที่ 1 ก.พ. 64

สัปดาห์ที่ 11 วันที่ 8 ก.พ. 64

# Influencer Marketing



# การเรียนรู้การสอน



สัปดาห์ที่ 12 วันที่ 1๓ ก.พ. 64

สัปดาห์ที่ 13 วันที่ 22 ก.พ. 64

## Event Marketing



# Sponsorship Marketing



สัปดาห์ที่ 15 วันที่ 8 มี.ค. 64

สัปดาห์ที่ 16 วันที่ 15 มี.ค. 64

# Content Marketing



# สอบปลายภาค

(นอกตาราง)



เกี่ยวกับ

แนวคิดเบื้องต้น

# การสร้างสรรค

Creativities

การสร้างสรรค์  
คืออะไร?



<https://youtu.be/hzaT5vYKiB0>





NIVEA

มูสหน้านุ่ม...สะอาด ชุ่มชื้น  
มอยส์เจอร์ 3 เท่า



นี่เวีย เพิร์ล ไวท์  
ซุปเปอร์ มูส

ใหม่



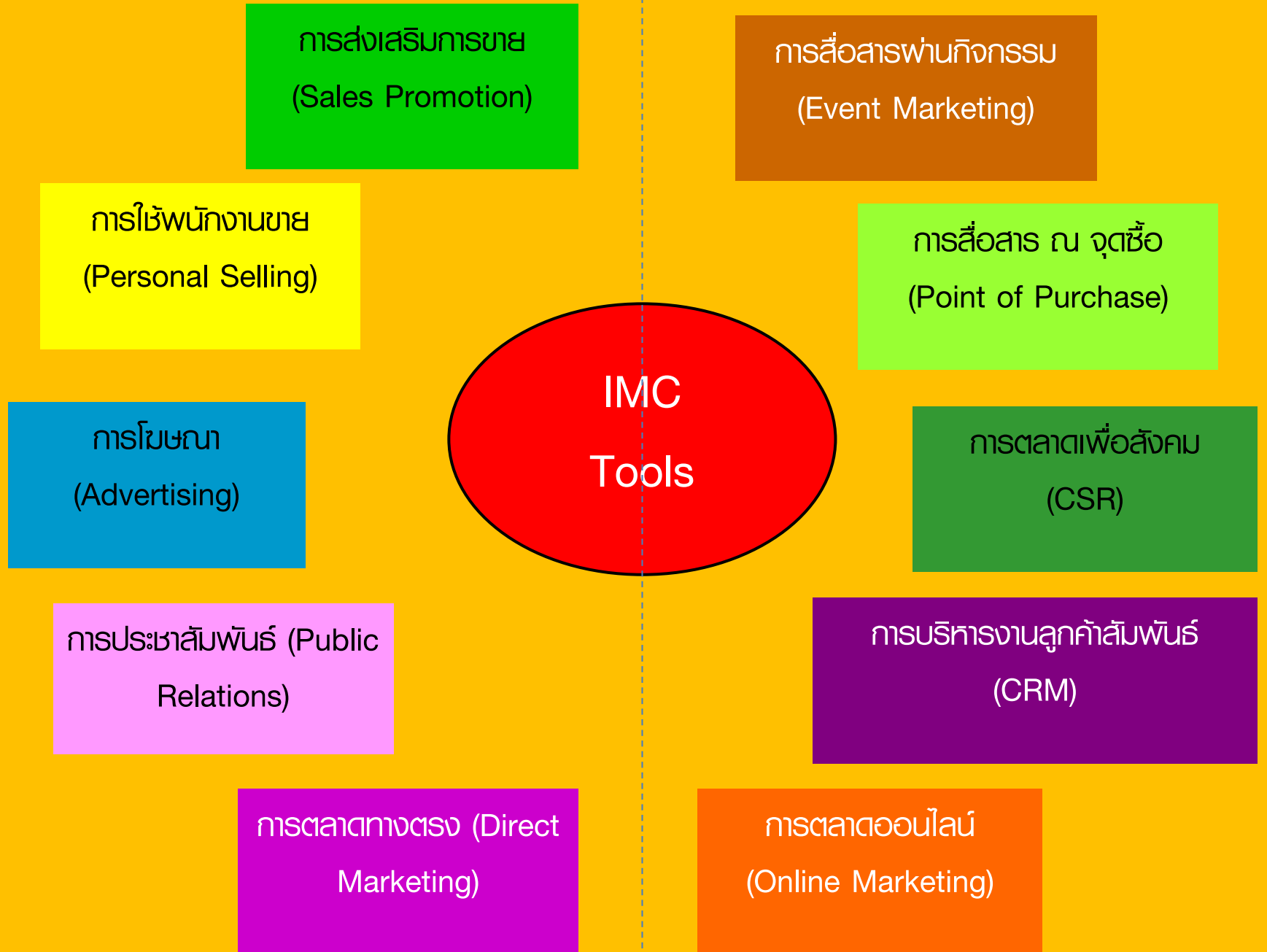
# Creative

คือใคร?

การสร้างสรรค

กับ

งานสื่อสารการตลาด



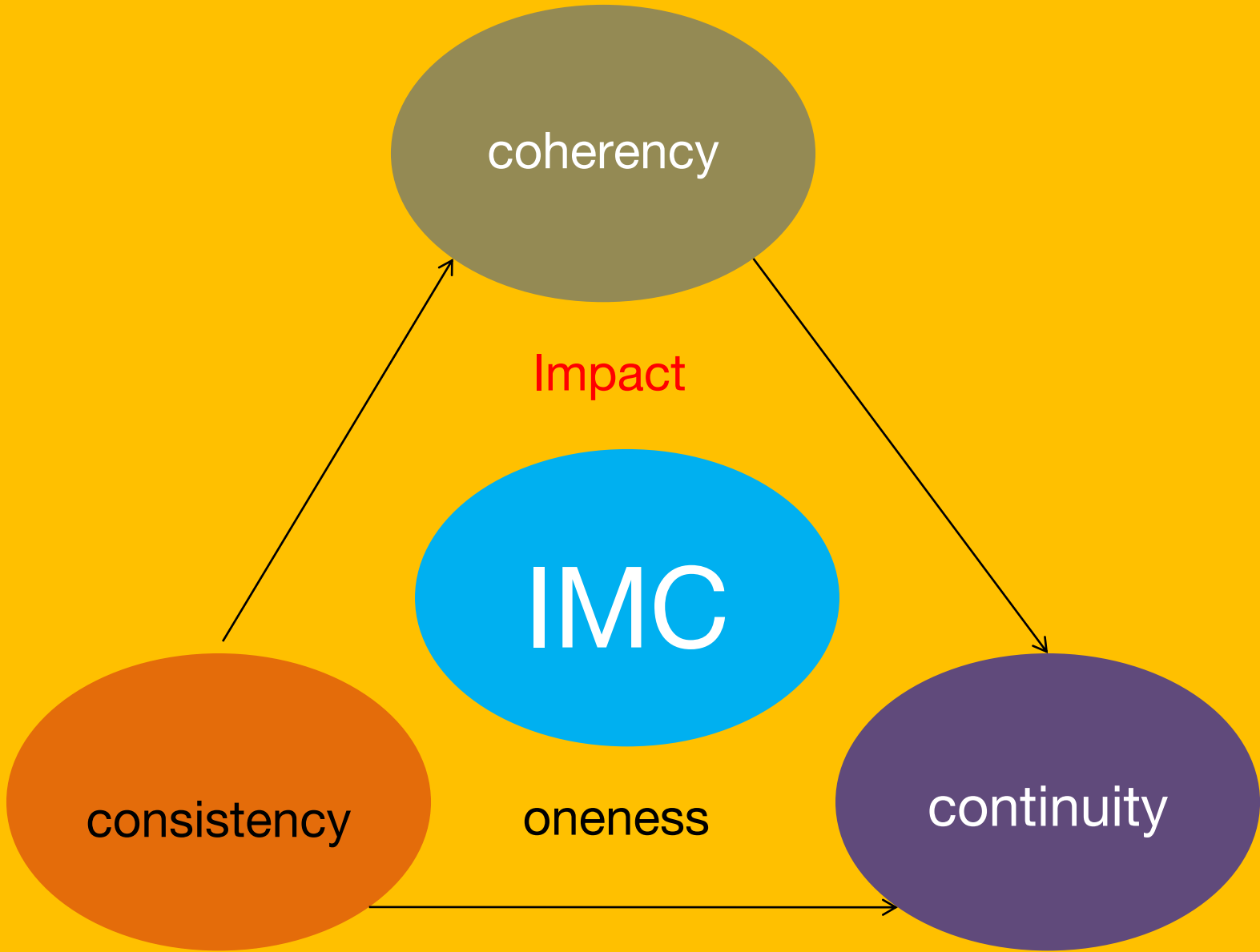


# Above The Line

---

# Below The Line





ทำหน้าที่ของ

Creative



# Creative Program



Creative

Radio



Creative

Event





คุณลักษณะของ

Creative

มีความ

ตื่นตัว

ต่อสภาพแวดล้อม

ปัญหาต่าง ๆ ตลอดเวลา

1



มีความสามารถ

ในการใช้ **สมาธิ**

และสามารถคิดได้หลากหลายแง่มุม

เป็นผู้

รู้สึกร้าว

ต่อปัญหา

เป็นตัว

ของ **ตัวเอง**

มีความคิด

เป็น **อิสระ**:

# มีอารมณ์ขัน

เข้าใจ สนใจเรื่องของคนมนุษย์

มีความสามารถ  
ในการเชื่อมโยง

ความคิด

Mass

Communication





# Specific Communication





Create Gillette's brand presence in every socioeconomic level, replacing the traditional windows washer used in gas stations.







# แบบฝึกหัดที่ 1

ฝึกพัฒนาความคิดสร้างสรรค์  
โดยให้นักศึกษาทำการสร้างสรรค์เติมภาพจากจุด  
ตามความคิดและจินตนาการของตนเอง  
แล้วนำเสนอหน้าชั้นเรียน

# แบบฝึกหัดที่ 1



# AIM3201



## กลยุทธ์การสร้างสรรค์ งานสื่อสารการตลาด

Marketing Communication  
Creativities Strategies

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวีล ศรีจินตา