

AIM3201



กลยุทธ์การสร้างสรรค์ งานสื่อสารการตลาด

Marketing Communication
Creativities Strategies

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกวีล ศรีจินตา

การสร้างแนวคิด
ในการสร้างสรรค์

Concept

งานสื่อสารการตลาด

Storytelling

ส่วนหนึ่งของ

“Storytelling”

คือ เล่าเรื่องโดยทำให้คนติดตาม คล้อยตาม

และ เข้าใจในสิ่งที่พูดมากขึ้น



“Themes”

สาระสำคัญ หรือข้อความสำคัญของเรื่อง

เราใช้ Theme ในเรื่องเล่า เพื่อคุณไม่ให้สาระสำคัญหล่นหาย หรือเบี่ยงเบนไป



“Concept”

What to Say?

จะพูดอะไร

จุดขาย (Selling Point)



จะพูดอย่างไร

เทคนิค (Technique/Execution)

How to Say It?

to



What to say....?

How to say it....?



from C

What to say....?

Concept



How to say it....?

Concept

What to say....?



How to say it....?

What to say....?

Concept



How to say it....?

Concept

&

Storytelling

เล่าอย่างไร

ให้เป็นเรื่อง



จำ

เชื่อ

ผูกพัน

ร่วมมือ





ALL NEW
Super Cub

FOREVER RETRO





มูลนิธิพิทักษ์ดวงตาประชาชน People Eye Care Foundation

เชิญชวนน้องๆ นักศึกษา
และบุคคลทั่วไปร่วมประกวด
คลิปวิดีโอ หัวข้อ

“มอบแสงสว่างให้ดวงตา”

Scan QR code ลงทะเบียน



สมัครและส่งผลงานได้ ตั้งแต่วันที่ - 15 มีนาคม 2564

กติกาการประกวด

- ผู้มีสิทธิ์ส่งผลงาน นักศึกษา/บุคคลทั่วไป
- ส่งผลงานได้ทั้งแบบเดี่ยวหรือแบบทีม ไม่จำกัดรูปแบบการนำเสนอ (เทคนิคถ่ายทำ/พล็อต/ตัดต่อ)
- ผลงานที่เข้าร่วมจะต้องมีเนื้อหาสอดคล้องกับหัวข้อ “มอบแสงสว่างให้ดวงตา” และมูลนิธิฯ ความยาวไม่เกิน 5 นาที ในคลิปต้องมีโลโก้ของมูลนิธิฯ

รางวัลการประกวด

ชิงรางวัลมูลค่ารวม

70,000 บาท

ระดับนักศึกษา

25,000 บาท พร้อมเกียรติบัตร

ระดับบุคคลทั่วไป

35,000 บาท พร้อมเกียรติบัตร

รางวัล Popular clip

(500 View+Share สูงที่สุดใน Facebook)

10,000 บาท พร้อมเกียรติบัตร

ขอเชิญเข้าร่วมประกวดศิลปะวิดีโอ หัวข้อ **"มอบแสงสว่างให้ดวงตา"**
เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยต้อกระจกในถิ่นทุรกันดาร ทางมูลนิธิพิทักษ์ดวงตาประชาชน

(People Eye Care Foundation : PECF)

จึงอยากเชิญชวนน้อง ๆ นักเรียนนักศึกษา และบุคคลทั่วไป
ส่งผลงานเข้าร่วมประกวด และนำสื่อที่ได้เผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไป
ได้รู้จักเกี่ยวกับมูลนิธิพิทักษ์ดวงตาประชาชน



สิ่งทีอยากบอก

สิ่งที่คนอยากฟัง

ข้อมูล / เรื่องราว

ความรู้สึก

ความเชื่อ

พฤติกรรม



กิจกรรมถ่ายทอดเรียนรู้

กิจกรรมที่ 1

ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่ม 3 คน

เพื่อร่วมประกวด คลิปวิดีโอ หัวข้อ "มอบแสงสว่างให้ดวงตา"

โดยมอบหมายให้ กำหนด Concept หรือ Theme ของงาน

ผ่าน What to say? และ How to say it?

จากนั้นส่งเข้าในระบบ Classroom ภายในวันเสาร์

ແນວທາງການສູງ

Team :

Client :

Product :

Present :

ข้อมูล เรื่องราว

.....
.....
.....

ความรู้สึก

.....
.....
.....

ความเชื่อ

.....
.....
.....

พฤติกรรม

.....
.....
.....

Team :

Client :

Product :

Present :

What to say?

.....
.....

How to say it?

.....
.....
.....
.....

กิจกรรมท้ายบทเรียน

กิจกรรมที่ 2

ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่ม 5 คน

เพื่อเตรียมส่งผลงานเข้าประกวด

U Power Digital Idea Challenge

Co-Hosted By

Sponsored By

สนามประลอง

Digital Marketing Plan ระดับประเทศ

U Power Digital Idea Challenge

ดีเจแก๊ง
ป่วนมอ
S.5

ชิงเงินรางวัลกว่า
1.5 ล้านบาท

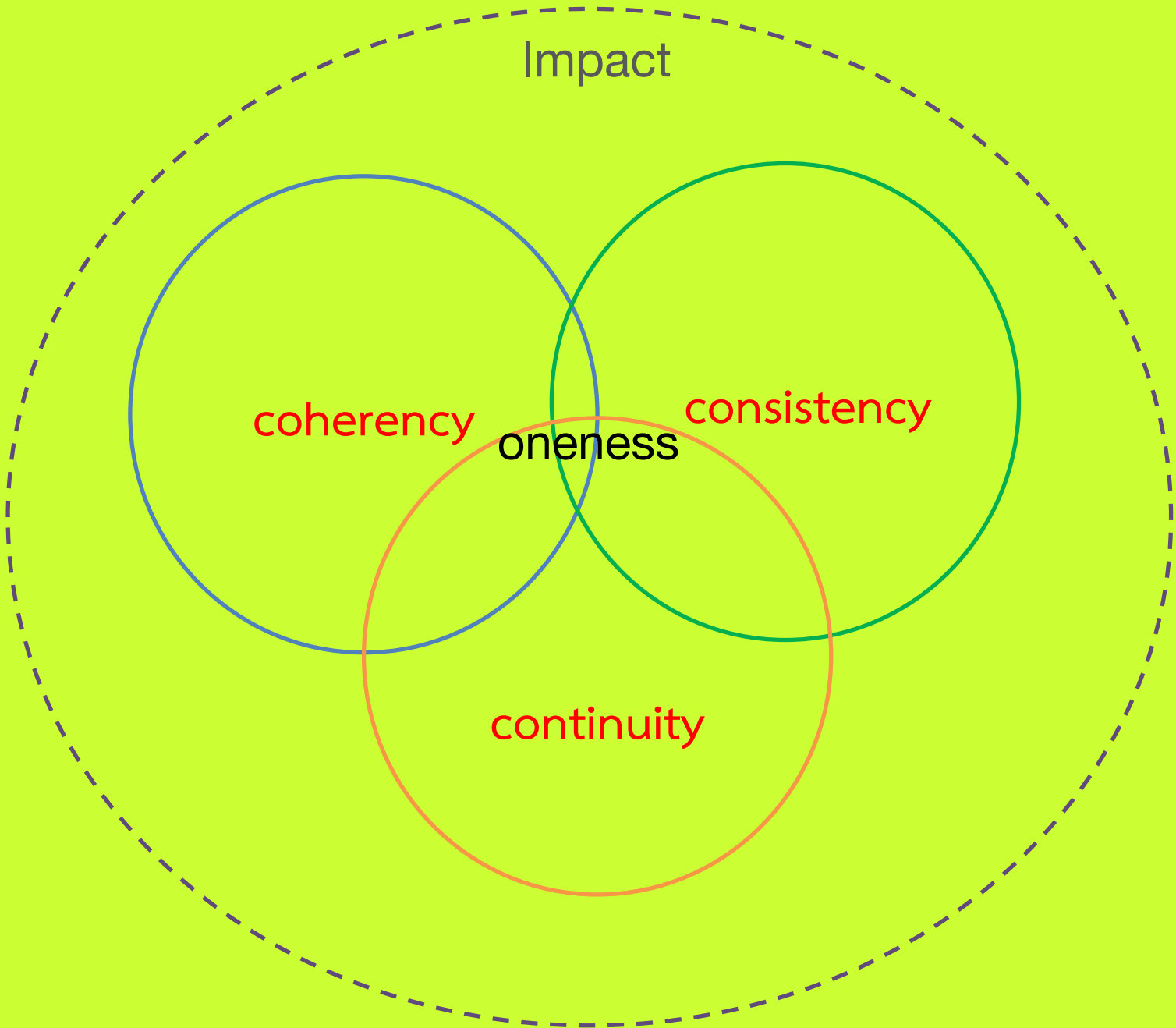
ทดลองทำ จากโจทย์จริง
พร้อมพาแบรนด์ทะลุกรอบ

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
 U Power Digital Idea Challenge
www.u-powerdigitalchallenge.com
 อาคารโถงใหม่ ชั้น 28 ถนนพหลโยธิน 2564
 กรุงเทพฯ 10250 โทร 02-661-7750 ต่อ 217

U Power Digital Idea Challenge เป็นหนึ่งในกิจกรรมภายใต้ Digital Technology Demand Generation ความร่วมมือ ระหว่าง MDE และ ATCI โดยการสนับสนุนอย่างเป็นทางการ จาก MOE และมหาวิทยาลัยชั้นนำกว่า 90 สถาบันทั่วประเทศ

1. ผู้เข้าแข่งขันต้องเป็นนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า) สมาชิกในทีม จำนวนไม่เกิน 5 คน (ไม่จำกัดคณะ สาขาวิชา และชั้นปี การศึกษา แต่ต้องมาจาก สถาบันการศึกษาเดียวกัน)
2. แต่ละทีมจะต้องมีอาจารย์จากสถาบันนั้นๆ ลงนามรับรองในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษาและถือเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกในทีม (อาจารย์ 1 ท่าน สามารถลงนามรับรองในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษาให้กับทีมที่เข้าแข่งขันได้มากกว่า 1 ทีม)
3. มีสถานะเป็นนักศึกษา ในมหาวิทยาลัย ณ วันที่สมัครเข้าร่วมโครงการ
4. นิสิตนักศึกษาทั้งหมดที่สมัครร่วมโครงการรับฟังรายละเอียดโครงการและเข้ารับฟังเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโครงการ **วันที่ 3 มีนาคม 2564**

4. บัณฑิต นักศึกษาเลือกสินค้า/บริการ 3 โจทย์ จากโจทย์ในการแข่งขันทั้งหมดที่ทางโครงการมีให้จากนั้นคณะกรรมการจะแจ้งว่าจาก 1 ใน 3 ที่ท่านเลือกจะได้รับโจทย์อะไร
5. ส่งผลงานภายใน **20 มีนาคม 2564** คณะกรรมการคัดเลือก
6. ประกาศผลทีมที่ผ่านรอบคัดเลือก รอบที่ 1 **30 มีนาคม 2564**
7. เข้าร่วมกิจกรรม บ่มเพาะ 2 ครั้ง **3-4 เมษายน 2564**
8. ทีมที่ผ่านการคัดเลือกนำแผนฯปรับปรุงแผนฯ และจะได้รับ**เงินสนับสนุน 20,000** บาท เพื่อไปดำเนินการกิจกรรมตามแผนการตลาดที่เลือกมา ให้เกิดขึ้นเป็นแบบแผนฯ ตัวอย่างจริง และส่งผลงานรอบที่ 2 **5 พฤษภาคม 2564**



Impact

coherency

consistency

oneness

continuity

coherency

มีความเกี่ยวข้องและเกี่ยวพันกัน

consistency

มีความสอดคล้อง

continuity

มีความต่อเนื่อง

AIM3201



กลยุทธ์การสร้างสรรค์ งานสื่อสารการตลาด

Marketing Communication
Creativities Strategies

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกวีล ศรีจินตา