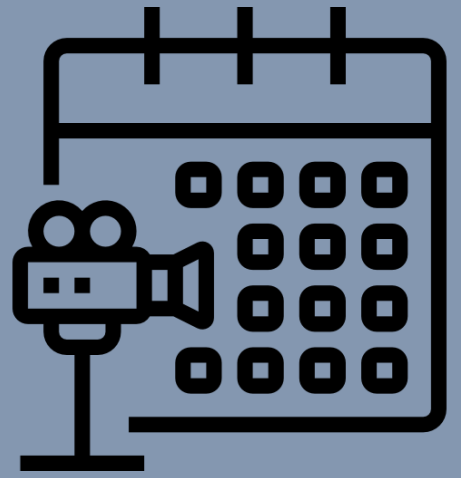
AIM3202

Icons made by altimateteam



การผลิตงานโฆษณา

Advertising Production

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

การผลิตงานโฆษณา

ทางวิทยุโทรทัศน์

TVC

TVC คือ?

Television Commercial

Advertising Creative

Strategy

TVC SCRIPT

NONONONONONONO CO.,LTD *(ชื่อบริษัทโฆษณา)*

Client : **บริษัทของลูกค้า**

Product : **ชื่อสินค้า / บริการ**

Present : **ประเภทของโฆษณา** *(TVC Script)*

Title : **ชื่อเรื่องของโฆษณา**

Length : **ความยาวของสปอตโฆษณา** *(30 sec. / 1 min.)*

ส่วนหัวของบทโฆษณา

Shot	Video	Audio
1.	MS ผู้หญิงผู้ชายยืนคุยกัน	VO1 คอนโดต็อบน่าอยู่จัง...
2.	LS มุมกว้างของคอนโด สลับกับมุมที่เห็นรถไฟฟ้า	VO1 อยู่ติดรถไฟฟ้าด้วยอ่ะ
3.	CU ผู้ชาย	VO2 แพท หลับตาสิก่อนครับ ผมมีอะไรจะให้
4.	MS ผู้หญิงหลับตา แล้วผู้ชายค่อย ๆ วิ่งหลบไปด้านหลัง	VO1 อะไรคะ
5.	CU ภาพชายหนุ่มเลือกเสื้อผ้าเพื่อเปลี่ยนในห้อง แล้วใช้เหรียญรถไฟใต้ดินเดินทางอย่างรวดเร็ว	SFX ดนตรีสนุกสนานเร้าใจ

ส่วนเนื้อหาของบทโฆษณา

Storyboard

Shot	Video	Audio
1.	MS ผู้หญิงผู้ชายยืนคุยกัน	VO1 คอนโดต็อบน่าอยู่จัง...
2.	LS มุมกว้างของคอนโด สลับกับมุมที่เห็นรถไฟฟ้า	VO1 อยู่ติดรถไฟฟ้าด้วยอ่ะ
3.	CU ผู้ชาย	VO2 แพท หลับตาสิก่อนครับผมมีอะไรจะให้
4.	MS ผู้หญิงหลับตา แล้วผู้ชายค่อย ๆ วิ่งหลบไปด้านหลัง	VO1 อะไรคะ
5.	CU ภาพชายหนุ่มเลือกเสื้อผ้าเพื่อเปลี่ยนในห้อง แล้วใช้เหรียญรถไฟใต้ดินเดินทางอย่างรวดเร็ว	SFX ดนตรีสนุกสนานเร้าใจ

ภาพระยะไกล (Long Shot : LS)

ภาพระยะกลาง (Medium Shot : MS)

ภาพระยะใกล้ (Close Up: CU)

Shot 1 : VO1 คอนโดต็อบน่าอยู่จัง...

Shot 2 : VO2 คอนโดต็อบน่าอยู่จัง...

Shot 3 : VO1 อยู่ติดรถไฟฟ้าด้วยอ่ะ

Shot 4 : VO1 คอนโดต็อบน่าอยู่จัง...

Shot 5 : VO2 คอนโดต็อบน่าอยู่จัง...

Shot 6 : VO1 อยู่ติดรถไฟฟ้าด้วยอ่ะ

ชื่อทีม _____

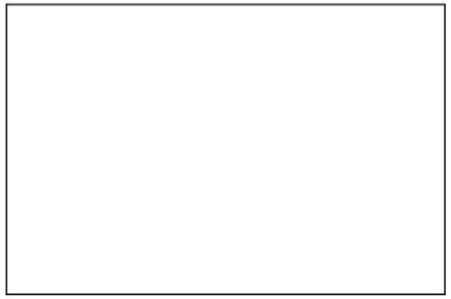
ชื่อผลงาน _____

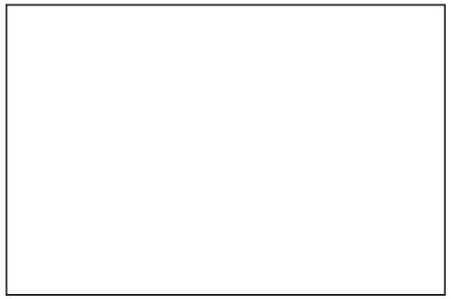
Concept

true Young Producer Award

ชื่อทีม _____ หน้า _____

ชื่อผลงาน _____





เฉพาะเจ้าหน้าที่ CODE :

รูปแบบของเสียง
ในการสื่อสารงานโฆษณา

Ann = Announcer

ผู้ประกาศ หรือโฆษก เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ในการสื่อสารงานโฆษณา
ประเภทวิทยุโทรทัศน์ ทำหน้าที่อ่านบทโฆษณา และเป็นผู้สรุป
ประเด็นทั้งหมดในการโฆษณา

SFX = Sound Effect

เสียงประกอบ ทำหน้าที่ในการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างจินตนาการ
และช่วยให้งานโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
โดยสามารถเป็นไปได้ทั้งเสียงประกอบจากธรรมชาติ เช่น เสียงฟ้าร้อง
เสียงฝนตก เสียงน้ำไหล หรือเสียงประกอบที่มนุษย์สร้างขึ้น
เช่น เสียงปิดประตู เสียงเดิน เสียงกระจกแตก เป็นต้น

VO = Voice Over

เสียงของผู้ประกาศ หญิงหรือชายที่เป็นตัวละครสมมติหรือตัวแสดง
ที่กำหนดขึ้น ถ้ามีมากกว่าหนึ่งคน นิยมใช้ VO1, VO2, VO3, VO4,....
เป็นต้น

Music

ดนตรี หรือ เพลงประกอบ ทำหน้าที่ในการเพิ่มสีสัน และจังหวะ
เพื่อให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกคล้อยตามในงานโฆษณาประเภทวิทยุ
โทรทัศน์ หากไม่มีจะทำให้งานโฆษณาเงียบจนเกินไป ไม่เกิดความน่าสนใจ
แต่ในโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์บางประเภทก็อาจไม่ต้องใช้ดนตรี
หรือ เพลงประกอบ เลยก็ได้

แนวทางการเขียน

Storyboard

true Young Producer Award

ชื่อทีม _____ หน้า _____

ชื่อผลงาน _____

Shot 1

LS : ถนนที่แสนยาวไกล

ในสวนสาธารณะแห่งหนึ่ง

SFX : เสียงนกร้อง มีดนตรีคลอเบาๆ

Shot 2

MS : วัยรุ่นกำลังสนุกสนาน

SFX : เสียงคนหัวเราะสนุกสนาน

Music : อินโทรเพลง.. คิดแต่ไม่ถึง

Shot 3

CU : ใบหน้าผู้หญิงยิ้ม สดใส

มือถือกล่องผลิตภัณฑ์

SFX : เสียงคนหัวเราะสนุกสนาน

Music : อินโทรเพลง.. คิดแต่ไม่ถึง

(ต่อเนื่อง)

เฉพาะเจ้าหน้าที่ **CODE :**

Pre-Production

Production

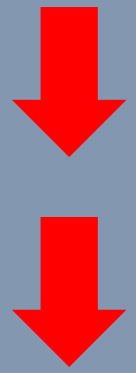
Post-Production

การสร้าง
แนวความคิด
ในงานโฆษณา

What to Say?

จะพูดอะไร

จุดขาย (Selling Point)



How to Say It?

จะพูดอย่างไร

เทคนิค(Technique/Execution)

กระบวนการ
ผลิตโฆษณา

Pre-

Production

Production

Post-

Production

Pre-Production

การเลือกบริษัทผู้ผลิตโฆษณา (production house)

การกำหนดงบประมาณในการผลิตโฆษณา (budgets)

การจัดทำระยะเวลาการผลิตโฆษณา (time line schedule)

การประชุมก่อนการผลิตโฆษณา (pre-production meeting)

Production

การกำหนดสถานที่และการจัดมุมกล้อง แสง เสียง (location, light, sound)

การถ่ายทำโฆษณา (shooting)

Production

การกำกับภาพ (visual directing)

การกำกับการแสดง (directing)

Post-Production

การปรับแต่งงานโฆษณา (re-touch to double head)

การบันทึกเสียง (sound record)

การตัดต่อ (edit)

การผสมภาพและเสียง (Mix)

Post-Production

การนำเสนอ และอนุมัติงานระหว่างลูกค้าและเอเยนซี (present and client approved)

การขออนุมัติหน่วยงานราชการ (bureau approve)

การทำสำเนา (copy)

การออกอากาศ / การเผยแพร่งานโฆษณา (release print)

Co-Hosted By
DUGA
Sponsored By
ONE GERD
JULA'S HERB
Peppermint Field
Propoliz mouth spray
YAMAHA
Managed By
Absolute Alliances
ร่วมระเบิดไอเดียสร้างสรรค์
XCAMPUS
Ads Idea Contest 2023
ไวรัลคลิปโฆษณา ปี6
ชิงถ้วยรางวัล
พร้อมทุนการศึกษา มูลค่ากว่า
200,000 บาท
สมัครตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม - 15 กันยายน 2566

true Young Producer Awards

true ปลูกปัญญา

ยั้ง ก่อนคลิก คลิกเมื่อชัวร์

ยกก๊วนมือปราบไซเบอร์วัย ‘Young’

ร่วมสร้างสังคมตระหนักรู้เท่าทันภัยบนโลกออนไลน์

ผ่านคลิปวิดีโอความยาวไม่เกิน 50 วินาที ลงแพลตฟอร์ม **TikTok**

ชิงทุนการศึกษารวมมูลค่ากว่า **450,000** บาท

True Young Producer Awards

aat true visions Agenda

true Young Producer Awards

true ปลูกปัญญา

ชวนมือปราบไซเบอร์วัย‘Young’

ร่วมสร้างสังคมตระหนักรู้เท่าทันภัยบนโลกออนไลน์
กับกิจกรรม **Live เปิดโจทย์**

True Young Producer Awards 2023

ยั้ง ก่อนคลิก คลิกเมื่อชัวร์

True Young Producer Awards

วันศุกร์ที่ 16 มิถุนายนนี้

เวลา 15.30 - 16.30 น.

aat true visions Agenda

true Young Producer Awards

true ปลูกปัญญา

Creative Brief

True Young Producer Awards 2023

ภัยคุกคามในโลกออนไลน์ ที่สามารถทำลายชีวิตคนในโลกแห่งความเป็นจริง คงไม่มีใครเคยคิดว่า โลกออนไลน์ที่เราใช้มันสร้างประโยชน์มากมายแค่ปลายนิ้วคลิก จะกลายมาเป็นแหล่งมิจฉาชีพที่เรามองไม่เห็น มีคนตกเป็นเหยื่อแล้วแบบไม่รู้ตัว เป็นเหยื่อที่ไม่มีการเลือกเพศ เหยื่อที่ไม่ต้องการเลือกวัย เป็นภัยที่มาในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น อีเมลปลอม SMS หลอกลวง การขโมยข้อมูลส่วนตัว หรือแม้แต่ภัยง่าย ๆ ที่มาจากการซื้อขายสินค้าออนไลน์ในชีวิตประจำวันของเรา ทำให้โลกออนไลน์วันนี้ ไม่ใช่โลกออนไลน์ที่ปลอดภัยอีกต่อไป

ทรูปลูกปัญญา ขอเชิญชวน นักเรียน นิสิต นักศึกษา มาร่วมกันสร้างภูมิคุ้มกัน ด้วยการนำเสนอเรื่องราวของภัยในโลกออนไลน์ หรือจะถ่ายทอดวิธีการป้องกัน ผ่านผลงานภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคม ในหัวข้อ **‘ยั้งก่อนคลิก คลิกเมื่อชัวร์’** เพื่อสร้างสังคมตระหนักรู้ให้เท่าทันภัยในโลกออนไลน์ ความยาวไม่เกิน 50 วินาที ลงบนแพลตฟอร์ม TikTok พร้อม Concept ของผลงาน ถ้าไอเดียไหนสามารถทำให้สังคมรับรู้เท่าทันปัญหาภัยโลกออนไลน์ได้ จะได้รับทุนเพื่อไปปรับปรุงในการผลิตผลงานให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น โดยผู้ชนะจะได้รับรางวัลเกียรติยศสูงสุด คือ**ถ้วยพระราชทาน**
สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี
พร้อมทุนการศึกษากว่า **450,000** บาท

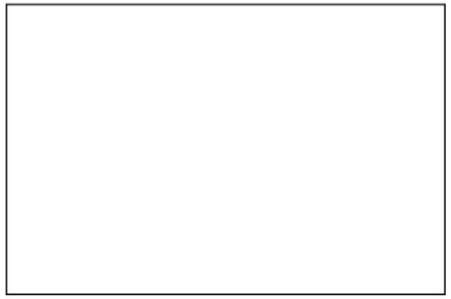
มาร่วมกันหยุดหนทางมิจฉาชีพบนโลกออนไลน์ เพื่อไม่ให้มาทำร้ายทุกคนบนโลกความเป็นจริง ด้วยไอเดียสร้างภูมิคุ้มกันใหม่ ๆ ให้ทุกคนในสังคม **‘คลิก’อะไร?** ความคาดหมายจะได้ไม่ **‘พลิก’**
โลกจริงจะอยู่สบาย โลกออนไลน์ต้องน่าอยู่

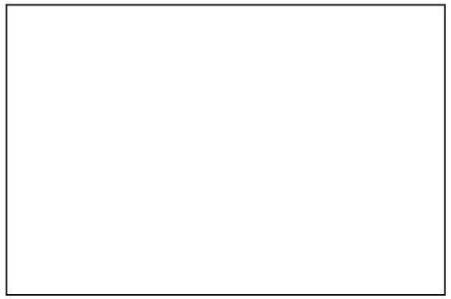
aat true visions Agenda

true Young Producer Award

ชื่อทีม _____ หน้า _____

ชื่อผลงาน _____





เฉพาะเจ้าหน้าที่ CODE :

ชมคลิปวิดีทัศน์เปิดโจทย์โครงการ ฯ

แนวคิด เบื้องต้น เกี่ยวกับ การผลิตงาน โฆษณา

Advertising Production

ASUS
Inspiring Innovation Persistent Perfection
TRUE BEYOND
TRUE BEYOND

i-Studios

แบบฝึกหัดที่ 1

X Campus

Ad Idea Contest 2023

Co-Hosted By
DUGA
Sponsored By
ONE GERD
JULA'S HERB
Peppermint Field
Propoliz mouth spray
YAMAHA
Managed By
Absolute Alliances
ร่วมระเบิดไอเดียสร้างสรรค์
ไวรัลคลิปโฆษณา ปี6
XCAMPUS
Ads Idea Contest 2023
ชิงถ้วยรางวัล
พร้อมทุนการศึกษา มูลค่ากว่า
200,000 บาท
สมัครตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม - 15 กันยายน 2566

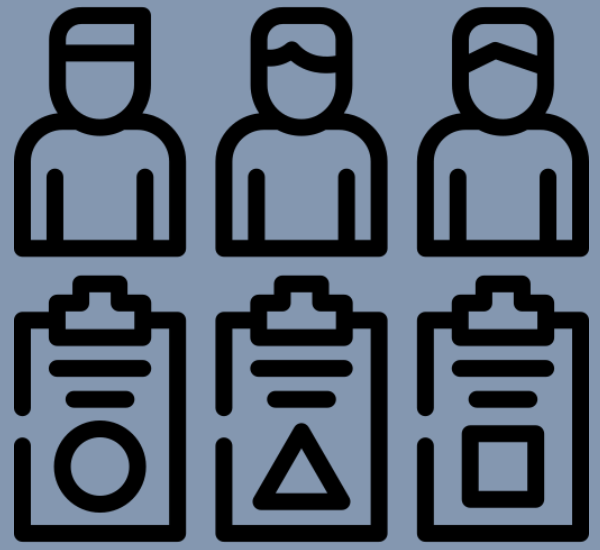
Icons made by Freepik

แบ่งกลุ่ม

1

2-4 คน

Icons made by Freepik



- Creative
- Art Director
- Producer
- Co-ordinator
- Director of Photographer

2

แบ่งหน้าที่

การทำงานในทีม

Icons made by
photo3idea studio

3

ตั้งชื่อ ทีม

สมัคร

4

ขั้นตอนการส่งผลงานทั้ง 2 รอบ

รอบที่ 1 นำส่งผลงาน Storyboard และคลิปบรรยาย Storyboard

ส่งผลงาน 2 รูปแบบ ดังนี้

- ส่งผลงาน Storyboard ทำลงบนกระดาษขนาด A4 ตามแบบฟอร์มที่กำหนดเท่านั้น โดยให้มีภาพประกอบและพิมพ์บทบรรยายให้ชัดเจน (บทบรรยายต้องพิมพ์เท่านั้น ห้ามเขียนด้วยลายมือเด็ดขาด)
- นำเสนอ Storyboard ผ่านคลิปวิดีโอ (ความยาวไม่เกิน 15 นาที)
- ดาวน์โหลดแบบฟอร์ม Storyboard PDF JPG

หมายเหตุ : ผลงานทั้ง Storyboard และคลิปวิดีโอจะต้องอัปลง Google Drive พร้อมเปิดลิงก์เป็นสาธารณะ และส่งกลับมาที่ Ratthapong@absolutealliances.com (หัวข้ออีเมลให้ระบุ : ชื่อทีม / มหาวิทยาลัย /แบรนด์ที่ได้รับ และตามด้วย X CAMPUS SS6 Round 1)
*หากผลงานของทีมใด ไม่เปิดลิงก์เป็นสาธารณะ เพื่อให้ทางโครงการฯ ตรวจสอบ จะมีผลต่อการคัดเลือกเข้าสู่รอบถัดไป *

เกณฑ์การพิจารณาตัดสิน

รอบที่ 1 : Story Board (100 คะแนน)

- แนวคิด เนื้อหาที่น่าสนใจ และชวนติดตามของคลิปโฆษณา 50 คะแนน
- การนำเสนอภาพหรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับโจทย์ที่ได้รับได้อย่างกลมกลืน 10 คะแนน
- ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ 30 คะแนน
- เทคนิคในการนำเสนอผลงาน 10 คะแนน

รอบที่ 2 (Clip VDO) (100 คะแนน)

- คุณภาพในการผลิต และความคิดสร้างสรรค์ 50 คะแนน
- ประเด็นในการนำเสนอสอดคล้องกับแนวคิดของโจทย์ 35 คะแนน
- การไวรัลออนไลน์ของคลิป 15 คะแนน

รอบที่ 3 : รอบชิงชนะเลิศ (100 คะแนน)

- เทคนิคการนำเสนอและความคิดสร้างสรรค์ 50 คะแนน
- การนำไปใช้ได้จริงของผลงาน 30 คะแนน
- คะแนนโหวตจากเว็บไซต์ 20 คะแนน

กำหนดการ

เปิดรับใบสมัคร และประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามสถาบันต่าง ๆ	1 สิงหาคม - 15 กันยายน 2566
ปิดรับสมัคร	15 กันยายน 2566
ประกาศโจทย์แบรนด์สินค้า	18 กันยายน 2566
Briefing Student Day (Online)	21-22 กันยายน 2566
ส่งผลงานงานรอบที่ 1 (Story Board)	2 ตุลาคม 2566
ประกาศรายชื่อผู้เข้ารอบที่ 2	17 ตุลาคม 2566
Coaching ปรับปรุงผลงาน (Online)	24 ตุลาคม 2566
ส่งผลงานรอบที่ 2 (VDO Clip)	17 พฤศจิกายน 2566
ประกาศรายชื่อผู้เข้ารอบชิงชนะเลิศ	29 พฤศจิกายน 2566
เผยแพร่คลิปในสื่อออนไลน์	29 พฤศจิกายน - 6 ธันวาคม 2566
นำเสนอผลงานรอบ Thailand The Winner	7 ธันวาคม 2566

** หมายเหตุ : วันและเวลาสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม **

4

ขั้นตอนการส่งผลงานทั้ง 2 รอบ

รอบที่ 1 นำส่งผลงาน Storyboard และคลิปบรรยาย Storyboard

ส่งผลงาน 2 รูปแบบ ดังนี้

- ส่งผลงาน Storyboard ทำลงบนกระดาษขนาด A4 ตามแบบฟอร์มที่กำหนดเท่านั้น โดยให้มีภาพประกอบและพิมพ์บทบรรยายให้ชัดเจน (บทบรรยายต้องพิมพ์เท่านั้น ห้ามเขียนด้วยลายมือเด็ดขาด)
- นำเสนอ Storyboard ผ่านคลิปวิดีโอ (ความยาวไม่เกิน 15 นาที)
- ดาวน์โหลดแบบฟอร์ม Storyboard PDF JPG

หมายเหตุ : ผลงานทั้ง Storyboard และคลิปวิดีโอจะต้องอัปลง Google Drive พร้อมเปิดลิงก์เป็นสาธารณะ และส่งกลับมาที่ Ratthapong@absolutealliances.com (หัวข้ออีเมลให้ระบุ : ชื่อทีม / มหาวิทยาลัย /แบรนด์ที่ได้รับ และตามด้วย X CAMPUS SS6 Round 1)
*หากผลงานของทีมใด ไม่เปิดลิงก์เป็นสาธารณะ เพื่อให้ทางโครงการฯ ตรวจสอบ จะมีผลต่อการคัดเลือกเข้าสู่รอบต่อไป *

4

<u>รอบที่ 2</u> นำส่งผลงานรูปแบบ Pre-production Book และคลิปวิดีโอผลงาน

- ส่งผลงาน Pre-production book ทำในรูปแบบ Power Point (Save เป็นไฟล์ PDF)
- คลิปวิดีโอผลงานเต็มรูปแบบ

หมายเหตุ : นำส่งผลงานทั้ง Pre-production book และ คลิปวิดีโอจะต้องอัปลง Google Drive พร้อมเปิดลิงก์เป็นสาธารณะ) ส่งกลับมาที่ Ratthapong@absolutealliances.com (หัวข้ออีเมลให้ระบุ : ชื่อทีม / มหาวิทยาลัย /แบรนด์ที่ได้รับ และตามด้วย X CAMPUS SS6 Round 2)

*หากผลงานของทีมใด ไม่เปิดลิงก์เป็นสาธารณะ เพื่อให้ทางโครงการฯ ตรวจสอบ จะมีผลต่อการคัดเลือกเข้าสู่รอบชิงชนะเลิศ *

4

หน้า_____

XCAMPUS Ads Idea Contest 2023

ชื่อทีม _____แบรนด์ที่ได้รับ_____

มหาวิทยาลัย _____

(กรุณาระบุรายละเอียดข้อมูลให้ถูกต้อง)

** สามารถวาดภาพหรือนำภาพ Reference มาใส่ในกรอบที่กำหนด และพิมพ์บทบรรยายเท่านั้น **

แบบฝึกหัดที่ 2

True Young Producer Award 2022

ในหัวข้อ

“ยั้งก่อนคลิก คลิกเมื่อชัวร์”

true Young Producer Awards

true ปลูกปัญญา

ยั้ง ก่อนคลิก คลิกเมื่อชัวร์

ยกก๊วนมือปราบไซเบอร์วัย ‘Young’

ร่วมสร้างสังคมตระหนักรู้เท่าทันภัยบนโลกออนไลน์

ผ่านคลิปวิดีโอความยาวไม่เกิน 50 วินาที ลงแพลตฟอร์ม **TikTok**

ชิงทุนการศึกษารวมมูลค่ากว่า **450,000** บาท

True Young Producer Awards

aat true visions Agenda

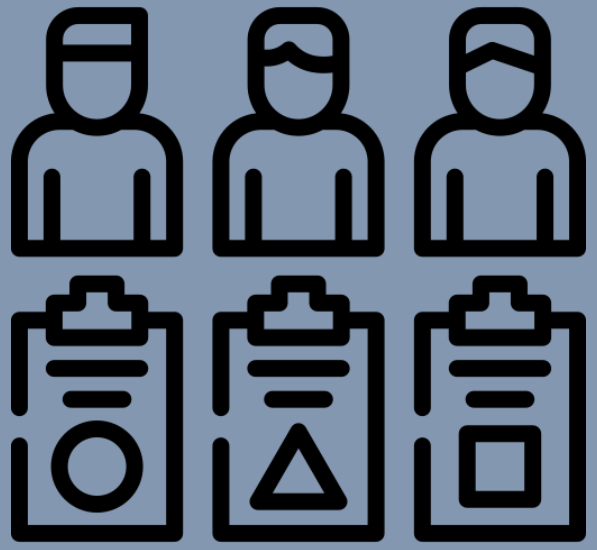
Icons made by Freepik

แบ่งกลุ่ม

1

2-3 คน

Icons made by Freepik



- Creative
- Art Director
- Producer

2

แบ่งหน้าที่ การทำงานในทีม

Icons made by
photo3idea studio

3

ตั้งชื่อ ทีม

Brief

ชมคลิปวิดีทัศน์เปิดโจทย์โครงการ ฯ

https://www.facebook.com/TrueYoungProducerAwards.YPA/videos/686231086647509

การสมัครและส่งผลงาน

1.ดาวน์โหลดใบสมัครได้ที่ เฟซบุ๊กแฟนเพจ True Young Producer Awards
2.จัดทำคลิปวิดีโอ แนวตั้ง ความยาวไม่เกิน 50 วินาที อัพคลิปลงแพลตฟอร์ม TikTok โดยโพสต์ลงบนแอ็กเคานต์ของผู้สมัครที่มีอยู่แล้ว หรือสร้างขึ้นมาใหม่ก็ได้
3.ก่อนอัพโพสต์ติด Hashtag (แฮชแท็ก) #True #YPA2023 #TrueYoungProducerAwards #ปลูกความรู้ #ทรูปลูกปัญญา #ยั้งก่อนคลิกคลิกเมื่อชัวร์
4.ส่งใบสมัครพร้อมหลักฐานการศึกษา พร้อมลิงก์ URL ของ TikTok และ Concept บทบรรยายของเรื่อง ความยาวไม่เกิน 10 บรรทัด (ตามแบบฟอร์มที่โครงการ ฯ กำหนดไว้)
ได้ที่อีเมล : **ppyactivities@trueplookpanya.com**
ตั้งแต่ **9 มิถุนายน – 31 สิงหาคม 2566**
สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่ ทรูปลูกปัญญา
โทร. **02-858-6279** ในระหว่างเวลา 09.00-17.00 น.

ประเภทของการประกวด

คลิป TikTok ความยาวไม่เกิน 50 วินาที
ในหัวข้อ **'ยั้งก่อนคลิก คลิกเมื่อชัวร์'**

หลักเกณฑ์การประกวด

คณะกรรมการคัดเลือกจากผลงานคลิป TikTok พร้อมด้วย Concept บทบรรยายของเรื่อง โดยผู้สมัครต้องส่งหลักฐานการประกวดดังนี้...

1.ใบสมัคร และหลักฐานการศึกษา, พร้อมลิงก์ URL ของคลิป TikTok โฆษณาสุดสร้างสรรค์ ความยาวไม่เกิน 50 วินาที พร้อมแนบ Concept บทบรรยายของเรื่องที่ชัดเจน ความยาวไม่เกิน 10 บรรทัด
ที่อีเมล : **ppyactivities@trueplookpanya.com**
ตั้งแต่ **9 มิถุนายน – 31 สิงหาคม 2566**
2.คลิปผลงานภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคมที่ส่งเข้าประกวดสามารถสร้างจากเรื่องจริง หรือเหตุการณ์ที่สมมุติขึ้นก็ได้ นำมาสร้างคลิปเพื่อสื่อให้เห็นถึงภัยในโลกออนไลน์ ส่งต่อความตระหนักรู้เท่าทัน และป้องกันภัยให้ผู้คนในสังคมได้ ในหัวข้อ 'ยั้งก่อนคลิก คลิกเมื่อชัวร์' ซึ่งต้องเป็นคลิปที่ยังไม่เคยส่งเข้าประกวดที่ใดมาก่อน โดยคณะกรรมการจะพิจารณาจาก...
- การตอบโจทย์
- ความ WOW ของไอเดีย
- เป็นไอเดียที่ผู้ชมสามารถนำไปปฏิบัติตาม และใช้ป้องกันภัยในโลกออนไลน์ได้
- โดนใจ เป็นคลิปวิดีโอที่สร้างสรรค์ มีความกระชับและแปลกใหม่
- เนื้อหา ภาษาที่ใช้ มีความเหมาะสมสำหรับนำไปออกอากาศ และเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ได้

การคัดเลือกรอบแรก

1.คัดเลือกผลงานจากคลิป TikTok ความยาวไม่เกิน 50 วินาที จากผลงานที่ส่งเข้าประกวดทั้งหมด ในระหว่างวันที่ 11 – 15 กันยายน 2566 โดยคณะกรรมการตัดสินรอบแรกประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจากกลุ่มทรู, สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย และองค์กรผู้ร่วมจัด
2.ผู้ส่งผลงานเข้าประกวดเป็นผู้รับผิดชอบต่อลิขสิทธิ์ของคลิปวิดีโอ โดยต้องไม่ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ และทรัพย์สินทางปัญญา สามารถอ้างอิงแหล่งที่มาอย่างชัดแจ้ง หรือหากนำเพลง ภาพประกอบมาจากแหล่งอื่นที่ไม่ได้สร้างขึ้นมาด้วยตัวเอง จะต้องขอลิขสิทธิ์ให้ถูกต้องตามกฎหมาย
3.ประกาศผลทีมที่ผ่านเข้ารอบแรก จำนวน 50 ทีม (จากคลิปที่คณะกรรมการคัดเลือก จำนวน 40 คลิป และคลิปที่มียอดหัวใจสูงสุด จำนวน 10 คลิป นับตั้งแต่วันที่ **9 มิถุนายน – 31 สิงหาคม 2566**)
4.ประกาศผลรอบแรกจำนวน 50 ทีม ในวันเสาร์ที่ 16 กันยายน 2566 ที่ เฟซบุ๊กแฟนเพจ True Young Producer Awards
5.ทีมที่ผ่านการคัดเลือกรอบแรก 50 ทีม จะได้สิทธิ์เข้าร่วมกิจกรรมอบรมออนไลน์ 'สร้างคอนเทนต์ให้ปังบน TikTok' ในระหว่างวันที่ 26 – 27 กันยายน 2566 โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิด้านโฆษณา นักสร้างคอนเทนต์ และกูรูจาก TikTok เพื่อมาให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างคอนเทนต์ผลิตคลิปภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคมบนสื่อออนไลน์ พร้อมเรียนรู้เทคนิคการผลิต รวมถึงรับฟังคำแนะนำในการพัฒนาผลงานให้ดี และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยการอบรมจะจัดในวิถี 'นิวนอร์มอล' (New Normal) ผ่านระบบแอปพลิเคชัน ทรู วีรูม (TrueVROOM)
6.ทุกทีมจะได้รับทุนสนับสนุนการปรับปรุงแก้ไขผลงานคลิปโฆษณาเพื่อสังคมให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทีมละ 3,000 บาท โดยมีระยะเวลาในการปรับปรุงผลงานเป็นเวลา 15 วัน ตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน – 12 ตุลาคม 25656 และนำไปโพสต์บน TikTok อีกครั้งที่แอ็กเคานต์เดิม พร้อมส่งลิงก์ดาวน์โหลดคลิปวิดีโอที่แก้ไขมาที่อีเมล: ppyactivities@trueplookpanya.com ในวันที่ 12 ตุลาคม 2566 ภายในเวลา 18.00 น.
7.ภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคมที่ส่งไม่ทันตามกำหนด จะถือว่าสละสิทธิ์ และต้องคืนทุนสนับสนุนผลิตผลงานให้กับคณะกรรมการ ฯ

*****ทีมที่ผ่านเข้ารอบ หรือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา ในทีมคนใดที่ไม่สามารถร่วมกิจกรรมอบรมออนไลน์ จะต้องสละสิทธิ์ในการประกวด*****

การคัดเลือกรอบแรก

1.คัดเลือกผลงานจากคลิป TikTok ความยาวไม่เกิน 50 วินาที จากผลงานที่ส่งเข้าประกวดทั้งหมด ในระหว่างวันที่ 11 – 15 กันยายน 2566 โดยคณะกรรมการตัดสินรอบแรกประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจากกลุ่มทรู, สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย และองค์กรผู้ร่วมจัด

2.ผู้ส่งผลงานเข้าประกวดเป็นผู้รับผิดชอบต่อลิขสิทธิ์ของคลิปวิดีโอ โดยต้องไม่ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ และทรัพย์สินทางปัญญา สามารถอ้างอิงแหล่งที่มาอย่างชัดเจน หรือหากนำเพลง ภาพประกอบมาจากแหล่งอื่นที่ไม่ได้สร้างขึ้นมาด้วยตัวเอง จะต้องขอลิขสิทธิ์ให้ถูกต้องตามกฎหมาย

3.ประกาศผลทีมที่ผ่านเข้ารอบแรก จำนวน 50 ทีม (จากคลิปที่คณะกรรมการคัดเลือก จำนวน 40 คลิป และคลิปที่มียอดหัวใจสูงสุด จำนวน 10 คลิป นับตั้งแต่วันที่ **9 มิถุนายน – 31 สิงหาคม 2566**)

4.ประกาศผลรอบแรกจำนวน 50 ทีม ในวันเสาร์ที่ 16 กันยายน 2566 ที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ True Young Producer Awards

5.ทีมที่ผ่านการคัดเลือกรอบแรก 50 ทีม จะได้สิทธิ์เข้าร่วมกิจกรรมอบรมออนไลน์ ‘สร้างคอนเทนต์ให้ปังบน TikTok’ ในระหว่างวันที่ 26 – 27 กันยายน 2566 โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิด้านโฆษณา นักสร้างคอนเทนต์ และกูรูจาก TikTok เพื่อมาให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างคอนเทนต์ผลิตคลิปภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคมบนสื่อออนไลน์ พร้อมเรียนรู้เทคนิคการผลิต รวมถึงรับฟังคำแนะนำในการพัฒนาผลงานให้ดี และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยการอบรมจะจัดในวิถี ‘นิวนอร์มอล’ (New Normal) ผ่านระบบแอปพลิเคชัน ทรู วีรูม (TrueVROOM)

6.ทุกทีมจะได้รับทุนสนับสนุนการปรับปรุงแก้ไขผลงานคลิปโฆษณาเพื่อสังคมให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทีมละ 3,000 บาท โดยมีระยะเวลาในการปรับปรุงผลงานเป็นเวลา 15 วัน ตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน – 12 ตุลาคม 25656 และนำไปโพสต์บน TikTok อีกครั้งที่แอ็กเคานต์เดิม พร้อมส่งลิงค์ดาวน์โหลดคลิปวิดีโอที่แก้ไขมาที่อีเมล: ppyactivities@trueplookpanya.com ในวันที่ 12 ตุลาคม 2566 ภายในเวลา 18.00 น.

7.ภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคมที่ส่งไม่ทันตามกำหนด จะถือว่าสละสิทธ์ และต้องคืนทุนสนับสนุนผลิตผลงานให้กับคณะกรรมการ ฯ

*****ทีมที่ผ่านเข้ารอบ หรือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา ในทีมคนใด ที่ไม่สามารถร่วมกิจกรรมอบรมออนไลน์ จะต้องสละสิทธิ์ในการประกวด*****

การคัดเลือกรอบรองชนะเลิศ

1. คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผลงานจากคลิป TikTok ความยาวไม่เกิน 50 วินาที ใน**วันศุกร์ที่ 17 พฤศจิกายน 2566** โดยจะคัดเลือกจาก 50 ทีม ให้เหลือ 11 ทีมสุดท้าย ผ่านระบบแอปพลิเคชัน ทรู วีรูม (TrueVROOM) เพื่อเข้าสู่รอบชิงชนะเลิศต่อไป
2. ทีมที่ผ่านเข้ารอบชิงชนะเลิศ 11 ทีม ประกอบด้วยคลิปที่คณะกรรมการคัดเลือก จำนวน 10 คลิป รวมกับคลิปที่มียอดหัวใจ และยอดแชร์สูงสุด จำนวน 1 คลิป นับตั้งแต่**วันที่ 12 ตุลาคม – 10 พฤศจิกายน 2566** ภายในเวลา 18.00 น.
3. ประกาศผล 11 ทีมที่ผ่านเข้ารอบชิงชนะเลิศ ใน**วันเสาร์ที่ 18 พฤศจิกายน 2566** ที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ True Young Producer Awards
4. ทีมที่เข้ารอบชิงชนะเลิศทั้ง 11 ทีม พบโค้ชเพื่อรับคำแนะนำการปรับปรุงผลงานเพื่อเข้าสู่รอบชิงชนะเลิศ ใน**วันศุกร์ที่ 24 พฤศจิกายน 2566** ผ่านระบบแอปพลิเคชัน ทรู วีรูม (TrueVROOM)
5. ในกรณีที่มี เพลง และภาพประกอบ ที่ใช้ในคลิปภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคมของผู้เข้าประกวดที่ ไม่ได้ทำเอง หรือถ่ายทำเองผู้เข้าประกวดจะต้องขอลิขสิทธิ์ให้ถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อใช้ในการเผยแพร่ทางช่องทรูปลูกปัญญา และช่องรายการต่าง ๆ ของทรูวิชั่นส์, และสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ต่อไป พร้อมส่งหลักฐานดังกล่าวให้คณะกรรมการ พร้อมกับไฟล์ผลงาน ใน**วันพุธที่ 6 ธันวาคม 2566** ภายในเวลา 18.00 น.
6. ทั้ง 11 ทีมนำผลงานที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปโพสต์บน TikTok อีกครั้งที่แอ็กเคานต์เดิม พร้อมส่งลิงค์ดาวน์โหลดคลิปวิดีโอมาที่อีเมล์: ppyactivities@trueplookpanya.com ในวันพุธที่ 6 ธันวาคม 2566 ภายในเวลา 18.00 น.

การคัดเลือกรอบชิงชนะเลิศ

1.คณะกรรมการตัดสินผลงานรอบชิงชนะเลิศ ณ ทรู ดิจิทัล พาร์ค สุขุมวิท 101 ใน**วันอังคารที่ 12 ธันวาคม 2566** โดยมีคณะกรรมการจากกลุ่มทรู, ทรูมูฟเอฟ, สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย, ผู้ทรงคุณวุฒิจากวงการโฆษณา, ผู้แทนจากองค์กรร่วมจัดและสื่อสารมวลชน ร่วมตัดสิน

2.คณะกรรมการจะตัดสินคลิปผลงานภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคมจากผู้เข้ารอบชิงชนะเลิศ 11 ทีม ที่ส่งผลงานตามกำหนด

3.ลิขสิทธิ์ของผลงานภาพยนตร์โฆษณาเป็นของกลุ่มทรู, องค์กรผู้ร่วมจัด และผู้ร่วมสนับสนุน ซึ่งสามารถนำมาเผยแพร่ต่อสาธารณชน และเพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์โครงการ ฯ หรือใช้ในโอกาสอื่น ๆ ต่อไป

4.คำตัดสินของคณะกรรมการ ฯ ถือเป็นที่สิ้นสุด

5.ประกาศผลและมอบรางวัล **วันอังคารที่ 12 ธันวาคม 2566**

รางวัล และ ทุนการศึกษา

1.รางวัลภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคมยอดเยี่ยม
- ถ้วยพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี
- ทุนการศึกษา **100,000** บาท พร้อมเกียรติบัตร

2.รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1
- โล่เกียรติยศ True Young Producer Awards
- ทุนการศึกษา **50,000** บาท พร้อมเกียรติบัตร

3.รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2
- โล่เกียรติยศ True Young Producer Awards
- ทุนการศึกษา **30,000** บาท พร้อมเกียรติบัตร

4.รางวัลชมเชย 8 รางวัล
- ทุนการศึกษารางวัลละ **10,000** บาท พร้อมเกียรติบัตร

5.รางวัลขวัญใจมหาชน (Popular Vote)
- โล่เกียรติยศ True Young Producer Awards
- ทุนการศึกษา **20,000** บาท

รวมรางวัลทั้งสิ้น 450,000 บาท

กำหนดการจัดโครงการ
True Young Producer Awards 2023

1.วันที่รับสมัครและส่งผลงาน	9 มิถุนายน - 31 สิงหาคม 2566
2.โพสคลิปวิดีโอลงแอปพลิเคชัน TikTok	9 มิถุนายน - 31 สิงหาคม 2566
3.ถ่ายภาพเปิดตัวโครงการฯ	16 มิถุนายน 2566
4.Live สด เปิดโอกาสการประกวด ฯ	16 มิถุนายน 2566
5.คัดเลือกผลงานคลิป TikTok รอบแรก	11-15 กันยายน 2566
6.ประกาศผลผู้ผ่านเข้ารอบแรก ที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ True Young Producer Awards	16 กันยายน 2566
7.กิจกรรมอบรมออนไลน์	26 - 27 กันยายน 2566
8.ระยะเวลาปรับปรุงผลงานโฆษณา	28 กันยายน - 12 ตุลาคม 2566
9.โพสคลิปที่ปรับปรุงแก้ไขลงแอปพลิเคชัน TikTok	12 ตุลาคม - 10 พฤศจิกายน 2566
10.คัดเลือกผลงานรอบรองชนะเลิศ	17 พฤศจิกายน 2566
11.ประกาศผลผู้ผ่านเข้าชิงชนะเลิศ ที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ True Young Producer Awards	18 พฤศจิกายน 2566
12.ทีมที่เข้ารอบชิงชนะเลิศพบโค้ชเพื่อรับคำแนะนำ	24 พฤศจิกายน 2566
13.ส่งคลิปผลงานรอบชิงชนะเลิศให้คณะกรรมการ	6 ธันวาคม 2566
14.คณะกรรมการตัดสินผลงานรอบชิงชนะเลิศ	12 ธันวาคม 2566
15.ประกาศผล และพิธีมอบรางวัล	12 ธันวาคม 2566

true Young Producer Award

No.....

ชื่อทีม.....

ชื่อผลงาน.....

สถาบัน.....

อาจารย์ที่ปรึกษา

ชื่อ-สกุล.....ตำแหน่ง.....

คณะ.....ที่อยู่คณะ.....

E-Mail.....Facebook.....

รายชื่อสมาชิกในทีม

1.ชื่อ-สกุล.....ชื่อเล่น.....

หน้าที่ในทีม.....ชั้นปีที่..... ภาควิชา.....

คณะ.....ที่อยู่.....

.....

อายุ.....โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....

E-Mail.....Facebook.....

รูปถ่าย

2.ชื่อ-สกุล.....ชื่อเล่น.....

หน้าที่ในทีม.....ชั้นปีที่..... ภาควิชา.....

คณะ.....ที่อยู่.....

.....

อายุ.....โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....

E-Mail.....Facebook.....

รูปถ่าย

3.ชื่อ-สกุล.....ชื่อเล่น.....

หน้าที่ในทีม.....ชั้นปีที่..... ภาควิชา.....

คณะ.....ที่อยู่.....

.....

อายุ.....โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....

E-Mail.....Facebook.....

รูปถ่าย

เกียรติประวัติ

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

ลงชื่อ.....

.....

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

.....

ผู้ร่วมทีม 1

ลงชื่อ.....

.....

ผู้ร่วมทีม 2

ลงชื่อ.....

.....

ผู้ร่วมทีม 3

สิ่งที่แนบมาด้วย (คณะกรรมการฯ จะไม่ส่งคืนให้)

( ) รูปถ่าย

( ) หลักฐานการศึกษา

( ) Concept นทบรรยาย

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

.....

.....

ส่งใบสมัครได้ที่

อีเมล์ : ppyactivities@trueplookpanya.com

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ฝ่ายกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม กรูปลูกปัญญา

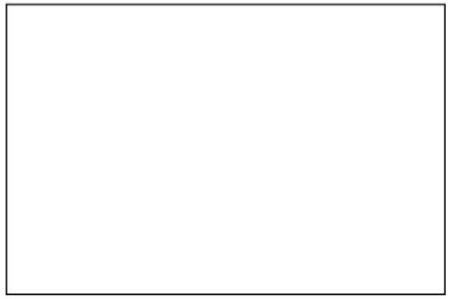
โทร. 02-858-6279,089-139-6064 ในระหว่างเวลา 09.00-17.00 น.

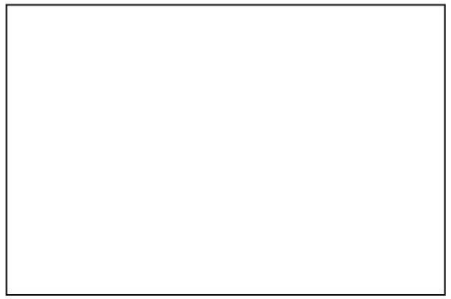
aat true visions true move H TikTok Agenda

true Young Producer Award

ชื่อทีม _____ หน้า _____

ชื่อผลงาน _____

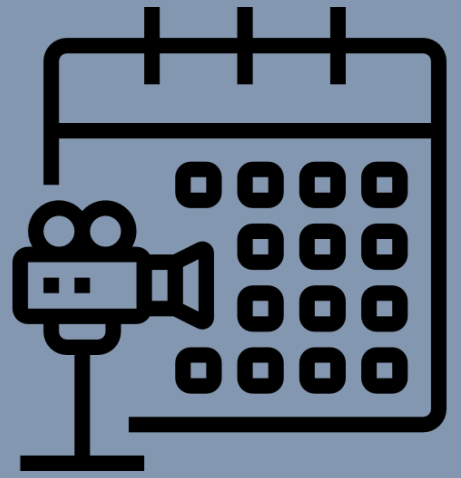




เฉพาะเจ้าหน้าที่ CODE :

AIM3202

Icons made by altimateteam



การผลิตงานโฆษณา

Advertising Production

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา