

AAAM2304



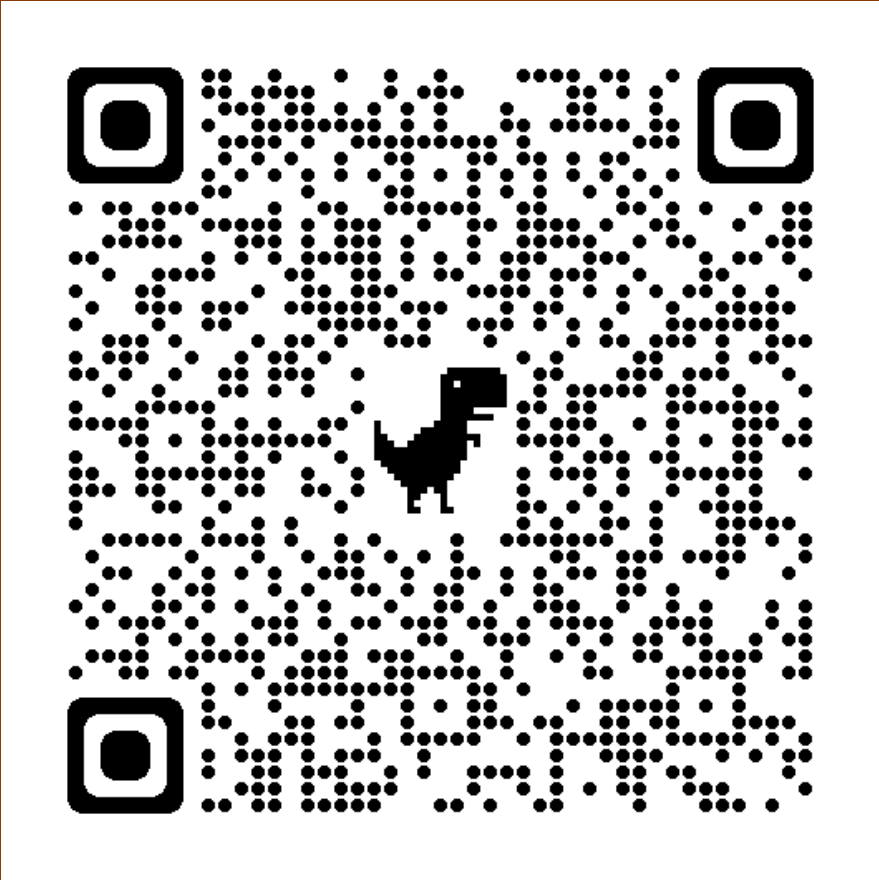
การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม
Event Marketing Communication

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายภาวิลา ศรีจินดา

STRATEGIC Event Planning

การวางกลยุทธ์ในการวางแผนการทำการสื่อสารการตลาด
ผ่านกิจกรรม เป็นหัวใจหลักของการทำ Event

เป็นกรอบความคิดให้ฝ่ายสร้างสรรค์ หรือ Creative
ได้ฟังแบบมีทิศทาง



QR code linking to: [BURSUNGUNOR:GURUNGO](#)

STRATEGIC Event Planning

การวางกลยุทธ์ในการวางแผนการทำการสื่อสารการตลาด
ผ่านกิจกรรม เป็นหัวใจหลักของการทำ Event

เป็นกรอบความคิดให้ฝ่ายสร้างสรรค์ หรือ Creative
ได้ฟังแบบมีทิศทาง

กระบวนการ

สื่อสารการตลาด

ผ่าน **กิจกรรม**



บุคลิกภาพ
การสื่อสารการตลาด

130 กิจกรรม



1

Project Manager



2

Assistant Project Manager

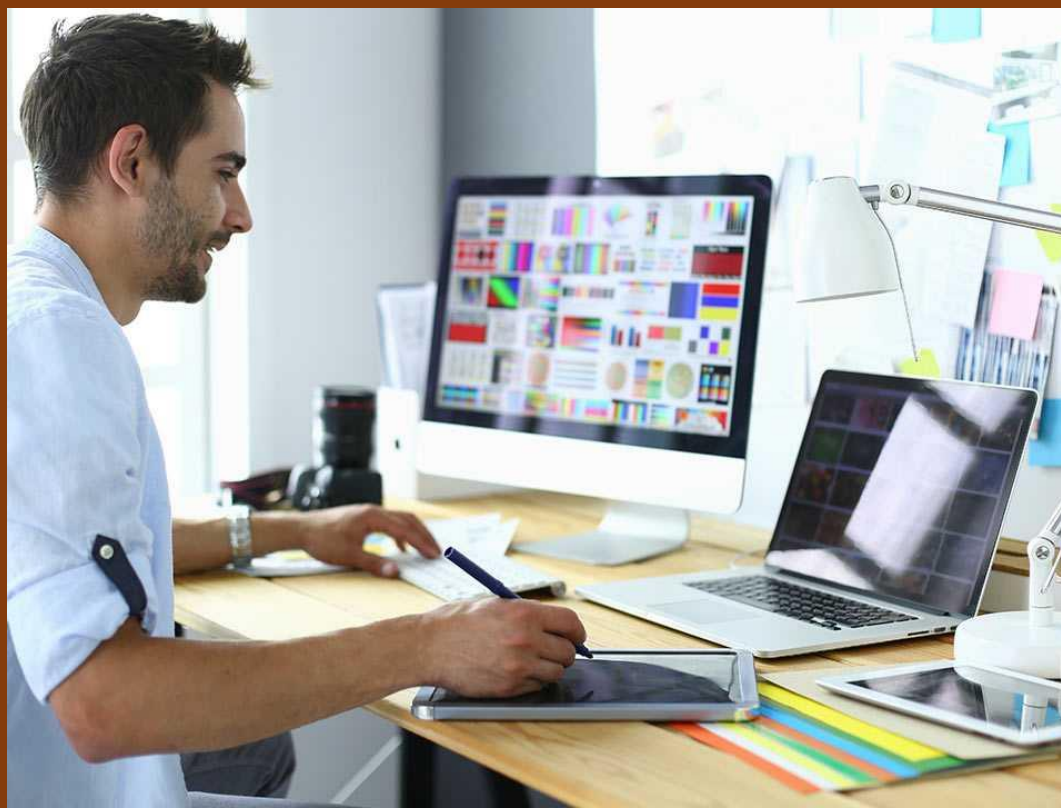


3 Coordinator



4

Creative



5

Designer



6

Staff

การสร้างสรรค์

การสื่อสารการตลาด

ผ่าน **กิจกรรม**

Event

Marketing

แนวทาง

การสื่อสารการตลาด

ผ่าน **กิจกรรม**

Event

Marketing

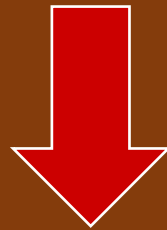
อะไร?



“แนวความคิดหลัก”

(Concept)

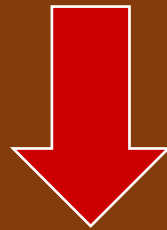
อย่างไร?



“กลวิธีการนำเสนอ”

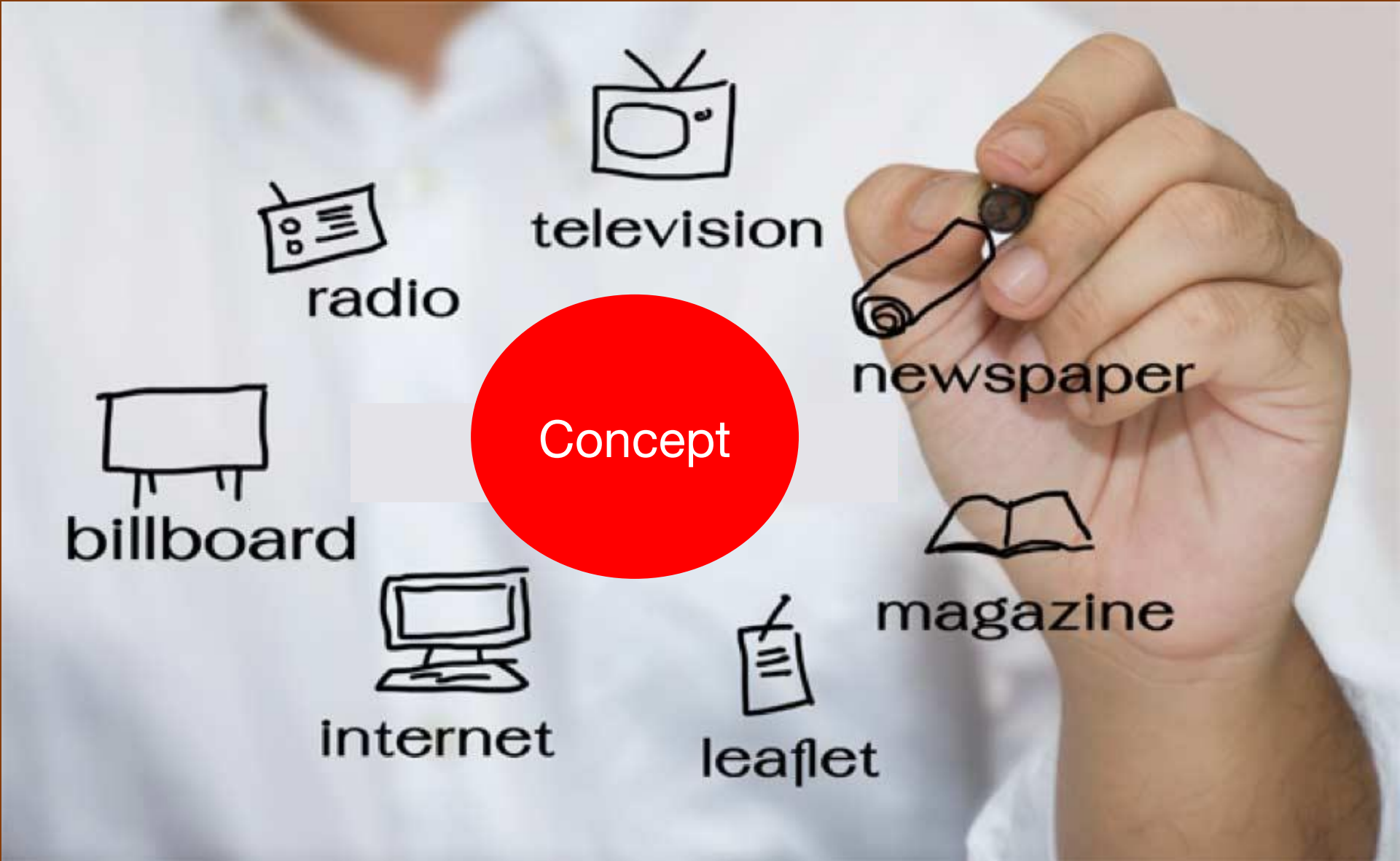
(Execution)

กับใคร?



“กลุ่มเป้าหมาย”

(Target Group)



Concept



radio



television



newspaper



magazine



leaflet



internet



billboard

จะพูดอะไร?

จะพูดอย่างไร?

จะพูดกับใคร?

กิจกรรมในชั้นเรียน

จากงานกลุ่มที่นักศึกษาแนะนำเสนอ

ให้วิเคราะห์ข้อมูล Event ดังกล่าวโดยตอบคำถาม ดังนี้

1. จะพูดอะไร?
2. จะพูดอย่างไร?
3. จะพูดกับใคร

และส่งในชั้นเรียน เพื่อเก็บคะแนนรอบที่ 2

AAAM2304



การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม
Event Marketing Communication

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายภาวิลา ศรีจินดา