

หลักเกณฑ์การผลิต การนำส่งและการนำเสนอผลงาน และเกณฑ์การประเมินชิ้นงาน
สื่อสิ่งพิมพ์ (print media) ในงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์

.....

ให้นักศึกษา ออกแบบ วางแผน ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อใช้โฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือ รณรงค์ เกี่ยวกับการบริโภค หรือการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือ การเข้าร่วมกิจกรรม หรือโครงการ หรือองค์กร 2 คน ต่อ 1 รายการ โดยผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรม หรือโครงการดังกล่าว ต้องมีตัวตนจริง หรือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

ในการออกแบบ วางแผนการผลิต มีรายละเอียดดังนี้ [อิงหลัก SIMMCRF]

1. เอกสารรายงาน (report) ประกอบด้วย (กำหนดให้ใช้ขนาดกระดาษ A4)

(1) ชื่อชิ้นงาน (ชื่อผลิตภัณฑ์ หรือ กิจกรรม หรือ โครงการ หรือองค์กร)

เช่น สิ่งพิมพ์โฆษณา รถยนต์ยี่ห้อ โฟตอน, สิ่งพิมพ์รณรงค์ โครงการประกวดภาพยนตร์สั้น 100 ปีภาพยนตร์ไทย

(2) ผู้ผลิตชิ้นงานสื่อสิ่งพิมพ์ และเจ้าของผลิตภัณฑ์ | กิจกรรม | โครงการ | องค์กร
[รายละเอียด Sender | Source]

ระบุรายละเอียด (identity) เกี่ยวกับผู้ผลิต: ชื่อ (นักศึกษา, หจก. บจก. สมาคม มูลนิธิ พรรค องค์กรอื่นๆ), ที่อยู่ สถานที่ติดต่อ เลขที่อยู่ เบอร์โทร. เว็บไซต์. email | social media online. และภาพถ่ายหน้าตรง ขนาด 2 นิ้ว (ถ่ายด้วยกล้อง digital แล้วพิมพ์ลงในเอกสารรายงาน หรือใช้รูปถ่ายจากร้านถ่ายรูปปะลงไปบนเอกสารรายงาน)

เจ้าของผลิตภัณฑ์ / กิจกรรม / โครงการ) เป็นองค์กรประเภทใด (หจก. บจก. บมจ. มูลนิธิ สมาคม ชมรม พรรค สหกรณ์ ศูนย์ โครงการ องค์กร สถาบัน ฯลฯ) ประวัติความเป็นมา (ถ้ามี) สถานที่ตั้ง สำนักงานใหญ่ สำนักงานสาขา โซลูชั่น จุดรับบริการหลังการขาย ชื่อหัวหน้าเจ้าของบริษัท วิสัยทัศน์ พันธกิจ ภารกิจของ เจ้าของผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี / จำเป็น), ที่อยู่ สถานที่ติดต่อ เลขที่อยู่ เบอร์โทร. เว็บไซต์. email | social media online.

รูปโลโก้ (ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือ องค์กรที่จดทะเบียนหรือตั้งขึ้นมาใหม่ ให้ลงรูปโลโก้ด้วย) ความหมายของโลโก้

(3) วัตถุประสงค์ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือรณรงค์

เช่น ต้องการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว แต่ต้องการรักษาความนิยมในตลาด ต้องการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่นที่จัดอยู่ในชนิดและประเภทเดียวกัน ต้องการเพิ่มยอดขายในช่วงเทศกาล ต้องการเปลี่ยนหรือเพิ่มภาพลักษณ์ (new image) ต้องการเพิ่มฐานรายการผลิตภัณฑ์ใหม่ที่อยู่ในเครือข่ายผู้ผลิตรายเดียวกัน ฯลฯ



(4) ข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ | กิจกรรม | โครงการ

รายละเอียดที่บรรยาย ชิงหลัก 7P (P: product, P: price, P: place, P: promotion, P: positioning and brand, P: period, P: protect ecology and social) ... [รายละเอียด Information คู่มืออธิบาย / แหล่งอ้างอิง ข้อ 1.]

(5) ข้อความและรูปภาพ ที่ใช้วางในสิ่งพิมพ์ [รายละเอียด Message]

ให้ร่างข้อความ และ พิมพ์ภาพถ่ายต้นฉบับ ลงไปในรายงานด้วย ว่าในสิ่งพิมพ์ ใช้ข้อความใด เป็นคำหลัก (header) รายละเอียด (body text) ต่างๆ ส่วนภาพถ่าย ให้พิมพ์ปะลงไปบนหน้ารายงาน ขนาดรูปไม่เกิน 5 นิ้ว (พอให้ทราบว่า เป็นภาพอะไร)

(6) โครงร่าง (out line | dummy) ของสื่อสิ่งพิมพ์

ให้ออกแบบโครงร่าง แสดงการวางตำแหน่งต่างๆ ของข้อความ (message) รูปภาพประกอบ (illustrate) โลโก้ แบบตัวอักษรที่ใช้กับ Header (ชื่อผลิตภัณฑ์ กิจกรรม โครงการ ชื่อองค์กร) สี รูปทรง องค์ประกอบศิลป์

(7) แผนการสื่อสาร [รายละเอียด Channel]

ให้อธิบายแผนการนำสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตเสร็จแล้ว ไปใช้เผยแพร่อย่างไร โดยอธิบายตามหลัก QSPORT [ดูรายละเอียด คำอธิบาย / แหล่งอ้างอิง ข้อ 2.]

ได้แก่ **จำนวนชิ้น/แผ่น/ชุด (quantity)**, **ลำดับการเผยแพร่** ตามวัน เวลา สถานที่ ที่กำหนด (sequence), **จุดเผยแพร่**หรือ ตำแหน่งติดตั้งตัวสื่อ (point | location) (ไม่ใช่สถานที่วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หรือสถานที่ในกิจกรรม โครงการ) ที่ไหน จำนวนกี่จุด, **ความเสี่ยง** หรือ การคาดหมายว่า ผู้รับสารจะรับรู้ได้อย่างไร หรือโอกาสความเสียหาย ในระหว่างเผยแพร่ (opportunity), **สัดส่วนการเผยแพร่** หรือ อัตราส่วน ระหว่าง จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่รับสาร ต่อการเผยแพร่ใน 1 ครั้ง หรือ 1 จุด หรือ 1 ชิ้น (relation), **จำนวนวัน / ครั้ง** ในการเผยแพร่ (time)

สื่อสิ่งพิมพ์	จำนวนชิ้น ชุด	จุดเผยแพร่	สัดส่วน การเผยแพร่	ลำดับ การเผยแพร่	ความเสี่ยง โอกาส	จำนวนวัน จำนวนครั้ง

(8) กำหนดวันนำเสนองาน วันที่ ... เวลา ... น.

วันนำเสนองาน ไม่เกินวันที่อาจารย์ผู้สอนกำหนด (ส่งงานไม่ตามกำหนด จะถูกปรับลดคะแนน ครั้งละ 10%)



2. วัสดุ (media)

2.1 โปสเตอร์ ขนาด 18 x 24 นิ้ว พับและบรรจุใส่ในซองส่งผลงาน

2.2 คัดเอาท์ (billboard) ขนาดไม่น้อยกว่า 1 x 2 เมตร (พิมพ์ด้วยไวเนล)
พับและบรรจุใส่ในซองส่งผลงาน

2.3 แผ่นพับ ขนาด A4 หรือ F4 พิมพ์สองหน้า พับสามท่อน พับและบรรจุใส่ในซองส่งผลงาน

2.4 แผ่น CD/DVD หรือ flash Disc บรรจุไฟล์ภาพต้นฉบับ ไฟล์ photoshop และข้อมูลอื่นๆ
ในการออกแบบกราฟิก

3. เกณฑ์การประเมินจากผู้ตรวจ หรือคณะกรรมการพิจารณาให้คะแนน

เกณฑ์ประเมิน ใช้ระดับวัดคุณภาพ 5 ระดับ คือ 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง หรือ พอใช้ 1 =
แก้ไข ปรับปรุง 0 = ไม่ผ่าน ทำใหม่ โดยวัดจาก :-

3.1 สิ่งที่บรรจุในซองส่งผลงาน มีจำนวนครบถ้วนทุกรายการ (รายงาน 1 ฉบับ วัสดุโปสเตอร์ แผ่นพับ
คัดเอาท์ และแผ่น CD/DVD หรือ flash disc) โดยที่

-ขนาดของซอง A4 หรือสามารถบรรจุรายการที่นำส่งได้

-หน้าปกด้านหน้าของซอง ระบุ ชื่อชิ้นงาน ชื่อผู้ผลิต (2 คน) วิชา นท.3205 ภาคเรียนที่ 1/2556

3.2 การนำเสนองาน นำเสนองานหน้าชั้นเรียน พร้อมชิ้นงานครบถ้วน ตามวัน เวลาที่กำหนด

3.3 ภาพประกอบในชิ้นงาน (ภาพหลัก ภาพพื้นหลัง) มาจากภาพถ่ายจริง ที่จัดองค์ประกอบศิลป์
และองค์ประกอบรายละเอียด ได้ถูกต้อง เหมาะสม และสอดคล้องกับ ข้อความและเรื่องราว

3.4 แบบตัวอักษร มีขนาด รูปแบบ สี และการวางตำแหน่ง ได้เหมาะสม สอดคล้องกับเรื่องราว

3.5 สี รูปทรง และองค์ประกอบศิลป์

คะแนนรวม $5 \times 4 = 20$ คะแนนเต็ม คิดเป็น ร้อยละ 100



คำอธิบาย / แหล่งอ้างอิง

1. การวิเคราะห์ขั้นต้น เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ กิจกรรม โครงการ องค์กร ตามหลัก 7P :

(1) ตัวผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้า (goods | product) หรือกิจกรรม (activity) หรือโครงการ (project) หรือองค์กร (org.) หรือพรรคการเมือง (political party) โดยระบุชื่อ ลักษณะ ประเภท ขนาด รูปทรง น้ำหนัก ประโยชน์ใช้สอย พิษหรือโทษของผลิตภัณฑ์หรือข้อห้ามการใช้ การตัดแปลง และวิธีการแก้พิษเบื้องต้น วิธีใช้ การให้บริการหลังการขาย และเกณฑ์การรับประกัน (ถ้ามี)

(2) ราคา (Price) ต่อหน่วย ต่อชุด ต่อครั้งการบริการ

(3) สถานที่วางจำหน่าย (Place) หรือให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ สถานที่ทดลองใช้ หรือ show room ห้างร้าน ถนน อาคาร ฯลฯ อาจมีแผนที่ อาจระบุสถานที่ใกล้เคียง (main draw | big draw) (ถ้ามี)

(4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น รายการ ลด แลก แจก แถม มีหรือไม่ และมีกลยุทธ์อย่างไร เช่น การลดราคา อย่างไร เท่าไร ช่วงเวลาใด การแลก ของแจกฟรี ของสมนาคุณ (premium) มีเงื่อนไขการรับ

(5) ตำแหน่งสินค้า (Positioning and Brand) เป็นสินค้า หรือ กิจกรรม หรือโครงการ เพื่อคนกลุ่มใด ระดับใด [รายละเอียด Receiver] จัดประเภทของผลิตภัณฑ์อยู่ในกลุ่มใด ของใหม่ (new product) หรือของใช้แล้ว (second-hand) หรือของนำกลับมาใช้ใหม่ (recycle product) หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าที่ ตราสินค้า (brand) หรือ ราคา (cheap | expensive price) หรือทั้งสองอย่าง

ถ้าตัวผลิตภัณฑ์ เป็นกิจกรรม โครงการ เช่น นิทรรศการ โครงการประกวดต่างๆ การรณรงค์ทางการเมือง สถานที่ท่องเที่ยว รายการสื่อทีวี/วิทยุ โปรแกรมภาพยนตร์ งานบุญงานประเพณี ฯลฯ ให้พิจารณาเทียบเคียง ให้สอดคล้องกับหลัก 7P เพื่อให้สามารถอธิบายรายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์ กิจกรรม หรือโครงการ ที่ต้องการโฆษณา หรือ ประชาสัมพันธ์

(6) อายุผลิตภัณฑ์ กิจกรรม โครงการ องค์กร (Period) ระบุรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับเวลา เช่น ระยะเวลาการรับประกัน ระยะเวลาหมดอายุการใช้งาน ระยะเวลาของการเข้าร่วมกิจกรรม โครงการ หรือระยะเวลารับสมัคร เป็นต้น

(7) นโยบายการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม และการป้องกันสังคมเสื่อมโทรม (Protect ecology | social)

2. แผนการสื่อสาร ตามหลัก QSPORT

Q: จำนวนชิ้น/แผ่น/ชุด หรือ ปริมาณ ของรูปแบบสื่อ (quantity) เช่น ถ้าเป็นโปสเตอร์ จำนวนกี่แผ่น (ต้องให้สอดคล้องกับตัวแปรอื่นๆ ด้วย) ถ้าใช้ สปอต จะใช้เป็นสปอตเดี่ยว (Promo SPOT) หรือเป็นชุด (Series SPOT) หรือเป็นสปอตร่วมกับโฆษณาอื่น (Multi SPOT) ถ้าเป็น ดีเจพูด พุด ก็ช่วง หรือพูดนานเท่าใด



ในจัดรายการแต่ละครั้ง

S: ลำดับการเผยแพร่ นำเสนอในลำดับใด (sequence) กรณีมีสื่อโฆษณาหลายตัวหรือหลายรายการที่ต้องออกอากาศในคราวนั้น และถ้าเป็นสื่อโฆษณาที่จัดทำเป็นชุด (Series) มีการจัดลำดับการนำเสนอ ตามวัน เวลา และ สถานที่ ก่อนหลังอย่างไร

P จุดเผยแพร่ หรือตำแหน่งเผยแพร่ ตำแหน่งติดตั้งตัวสื่อ (point | location) สถานที่ใด จำนวนกี่จุด เช่น บ้ายทางด่วน บ้ายรถประจำทาง หรือ ช่วงเวลาที่ต้องการออกอากาศ หรือนำเสนอ ช่วงเวลาใด สถานที่ใด

O ความเสี่ยง หรือ โอกาสผิดพลาด ในการสื่อสาร (opportunity) หรือ การคาดหมายว่า ผู้รับสารจะรับรู้ได้อย่างไร เช่น โปสเตอร์อาจเสียหายจากวาทภัย หรือ การลอบทำลาย หรือการซื้อพื้นที่สื่อเพิ่มเติม (ถ้าจำเป็น) เพื่อป้องกันการความผิดพลาด จากผู้ชม ซึ่งบางเวลาที่กลุ่มผู้ชมเป้าหมายไม่ได้ดูหรือฟัง ด้วยเหตุสุดวิสัย จึงมีการซื้อพื้นที่สื่อเพิ่มเติม มักใช้กับรายการสำคัญ หรือช่วงสำคัญ

R สัดส่วนการเผยแพร่ หรืออัตราส่วน (relation) ระหว่าง จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่รับสาร ต่อการเผยแพร่ 1 ครั้ง หรือ 1 จุด หรือ 1 ชิ้น หรือสัดส่วนระหว่าง จำนวนครั้ง / จำนวนเวลา / จำนวนช่อง ต่อราคาในการเช่าพื้นที่สื่อจากหน่วยงานตัวแทน (agency) เพื่อการคำนวณค่าใช้จ่าย ในการคิดราคาซื้อพื้นที่สื่อสาร กับสถานีวิทยุ/ทีวี หรือกับหน่วยงานตัวแทน เช่น ต้องการโฆษณาด้วยสปอตที่วี ความยาว 30 วินาที จำนวน 15 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นเงินเท่าไร และคาดว่าในการเผยแพร่แต่ละครั้งจะมีผู้ฟังจำนวนเท่าไร

T จำนวนวัน จำนวนครั้ง (time) ในการนำเสนอ เผยแพร่ หรือออกอากาศ สำหรับสื่อชิ้นนั้น เพื่อดูความเหมาะสมด้านการผลิตและการลงทุน เช่น ถ้าเป็น สปอตโฆษณาสร้างภาพลักษณ์และรักษาค่านิยมของตลาด ซึ่งมีจำนวนครั้งในการใช้ที่ยาวนาน อาจตัดสินใจเพิ่มเงินลงทุนให้แก่สื่อโฆษณานั้นเป็นกรณีพิเศษ ให้อยู่ในพื้นที่สื่อได้ยาวนานขึ้น

