

การผลิตงานวีดิทัศน์

จุดมุ่งหมาย และ วัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมาย

เพื่อให้ผู้เรียน มีความรู้ความเข้าใจ เทคนิควิธีการ การนำสิ่งต่อไปนี้ ไปใช้ผลิตงานโฆษณา และงานประชาสัมพันธ์ ทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ได้อย่างมีคุณภาพ

1.1 การถ่ายภาพนิ่ง ภาพวีดิทัศน์ การบันทึกเสียงต่างๆ ตลอดจนการเก็บรวบรวม คัดเลือก ไฟล์งานเหล่านี้ให้เป็นหมวดหมู่

1.2 องค์ประกอบศิลปะ และการจัดองค์ประกอบของ ภาพนิ่ง ภาพวีดิทัศน์ เสียงประกอบ ตามหลักนิเทศศิลป์-นิเทศโสตทัศน์ (audio-visual communications) และ หลักจิตวิทยาการสื่อสาร

1.3 โครงสร้าง หน้าที่ บทบาท ความรับผิดชอบ ของหน่วยงานโฆษณาและทีมงานการผลิตสื่อ ตลอดจนความสัมพันธ์ของบุคคลากรในคณะ

1.4 แผนการตลาดและการสื่อสาร ของผลิตภัณฑ์-กิจกรรม-โครงการ ที่ต้องการโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ แบนสื่อและกระบวนการผลิตสื่อ

1.5 การใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ การถ่ายภาพ การบันทึกเสียง ทั้งภายในห้องสตูดิโอและภายนอก ตลอดจน การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำหรับตกแต่ง ตัดต่อ ลำดับภาพ ลำดับเสียง

1.6 การกำกับงานสร้าง งานแสดง งานตัดต่อภาพและเสียง การนำเสนอสื่อ และการประเมินสื่อ

2. วัตถุประสงค์ ในการพัฒนา / ปรับปรุงรายวิชา

มีการพัฒนา และปรับปรุงเนื้อหา กิจกรรม ของรายวิชา ตามภาวะความเปลี่ยนแปลงของสังคม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี ให้ผู้เรียน สามารถสังเคราะห์ หลักการทางนิเทศศิลป์-นิเทศโสตทัศน์ (audio-visual communications) และ หลักจิตวิทยาการสื่อสาร กับ ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ การบริการสาธารณะ ธุรกิจด้านอื่นๆ เพื่อนำมาประยุกต์กับ กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ และสื่อวิทยุกระจายเสียง ให้มีคุณภาพ มีคุณค่า และเหมาะสม กับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และภาวะทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ตลอดจนผลกระทบต่อระบบสุขภาพโดยรวม

ลักษณะ และ การดำเนินการ

ศึกษานิยาม ความหมาย การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบของภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว หลักการพื้นฐานในการถ่ายภาพนิ่ง ภาพวีดิทัศน์ การบันทึกเสียง เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจ และนำไปใช้เป็นหลักอ้างอิงและเป็นแนวปฏิบัติ ในการผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อวิทยุโทรทัศน์

ศึกษาโครงสร้าง บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ และความสัมพันธ์ในภารกิจหน้าที่ ของบุคลากร และ องค์กรในหน่วยงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลอดจนทีมงานผลิตสื่อ ศึกษากระบวนการขั้นตอน การผลิต สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ (วีดิทัศน์) ทั้งขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production) ระหว่าง การผลิต (production) และหลังการผลิต (post-production) เพื่อให้การบริหารจัดการการผลิตสื่อของทีมงานการผลิต ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

ศึกษาลำรวจ แผนการตลาดและการสื่อสาร ของผลิตภัณฑ์-กิจกรรม-โครงการ ที่ต้องการโฆษณา- ประชาสัมพันธ์ เพื่อนำไปจัดทำโครงการผลิตสื่อ

ศึกษาหลักการ เทคนิควิธีการ การเขียนบท (script writing) การจัดทำบทสร้าง (production script /shooting script) ศึกษาวิธีใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ในการถ่ายทำ ตลอดจนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อฝึก ปฏิบัติการผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อวิทยุโทรทัศน์ การนำเสนอและการประเมินผลงาน ตามโครงการ ผลิตสื่อที่เตรียมไว้

จำนวนเวลาปฏิบัติ 14 สัปดาห์

แผนการเรียนรู้ และ การประเมินผล

1. แผนการเรียนรู้

1.1 เนื้อหา และ สาระสำคัญ

- บทที่ 1 ความรู้พื้นฐานการผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
- 1.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
 - 1.2 หลักนิเทศศิลป์-นิเทศทัศน์ (audio-visual communication) และการคิดสร้างสรรค์
 - 1.3 กระบวนการทัศน์ วิสัยทัศน์ การผลิตสื่อสารมวลชน ในยุคโลกาภิวัตน์ และแนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย และโทรทัศน์
 - 1.4 บทบาทและอิทธิพลของสื่อมัลติมีเดีย (multimedia) และสื่อสังคม (social media / social network)
- บทที่ 2 การสื่อความหมาย ของภาพและเสียง
- 2.1 ขนาดภาพ (image size)
 - 2.2 มุมกล้อง (camera angle) และการเคลื่อนกล้อง (track and move)
 - 2.3 ภาพเคลื่อนไหว (animation)
 - 2.4 เสียงประกอบ (sound voice) และเสียงดนตรี (music)
 - 2.5 สี (color)
 - 2.6 วีดิทัศน์ และภาพยนตร์ (video and movie)
- บทที่ 3 บุคลากรการผลิต เครื่องมืออุปกรณ์การผลิต
- 3.1 บุคลากรการผลิต และการบริหารจัดการ (studio / audio management)
 - 3.2 ห้องสตูดิโอ (studio room) และ อุปกรณ์
 - 3.3 อุปกรณ์ถ่ายภาพ ไฟ เสียง และอุปกรณ์ช่วยสร้างเทคนิค
- บทที่ 4 กระบวนการขั้นตอน การผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวีดิทัศน์
- 4.1 การจัดทำโครงการผลิต (แผนการตลาดและการสื่อสาร ของผลิตภัณฑ์-กิจกรรม-โครงการ ที่ต้องการโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ แผนสื่อและกระบวนการผลิตสื่อ)
 - 4.2 การเตรียมการก่อนงานสร้าง (การออกแบบสื่อ การเขียนบทโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ รายละเอียด บทที่ 5)
 - 4.3 การวางแผนงานสร้าง : บทสร้าง (shooting script) บทภาพ (storyboard / blocking) ตารางงานสร้าง (schedule table / breakdown script / continuity) บัญชีรายการต่างๆ (รายละเอียด บทที่ 5)
 - 4.4 การกำกับงานสร้าง และการแสดง (รายละเอียด บทที่ 6)
 - 4.5 การตัดต่อลำดับภาพและเสียง การบันทึกซีดี (รายละเอียด บทที่ 7)
 - 4.6 การประเมินงานการผลิต (รายละเอียด บทที่ 8)

- บทที่ 5 บทวิทยุกระจายเสียง และบทวิทยุโทรทัศน์
- 5.1 องค์ประกอบของการเขียนบท (ข้อมูลเบื้องต้น ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะสื่อสาร ภาษารูปแบบ-สมัยนิยม หรือ style-trend)
 - 5.2 ประเภทของบทวิทยุกระจายเสียงและบทวิทยุโทรทัศน์
 - 5.3 การเขียนบทวิทยุกระจายเสียงและบทวิทยุโทรทัศน์
- บทที่ 6 การกำกับการสร้าง และการแสดง
- 6.1 กองการผลิต (การจัดเตรียม การประชุม การจัดการกองถ่ายทำ)
 - 6.2 ฉาก และองค์ประกอบฉาก (ฉาก อุปกรณ์ประกอบฉาก เสื้อผ้า การแต่งหน้า แต่งผม) อุปกรณ์เทคนิคพิเศษ (special effect) นักแสดงแทน เด็ก สัตว์
 - 6.3 แสงในการถ่ายทำ : โคมไฟ และ ชนิดโคมไฟ หลักและวิธีการจัดแสง (การสื่อความหมาย ด้วยแสงและเงา)
 - 6.4 การกำกับการแสดง : นักแสดง (คน หุ่น การ์ตูน) การซ้อม-ปลื้ดคั้ง แอ็คชั่น
 - 6.5 การกำกับการเสียง : ไมค์ชนิดต่างๆ เสียงหลัก (dialogue, voice) เสียงประกอบ (sound effect) เสียงดนตรีประกอบ (music) การสร้างเสียงพิเศษ
- บทที่ 7 การตัดต่อลำดับภาพ ลำดับเสียง
- 7.1 การลำดับเรื่องแบบต่อเนื่อง (continuity cutting)
 - 7.2 การลำดับเรื่องแบบรวบรวม (compilation cutting)
 - 7.3 หลักการตัดต่อ และตำแหน่งของการตัดต่อ
 - 7.4 การผลิตซีดีเสียงและซีดีวีดิทัศน์สำหรับงานโฆษณาและงานประชาสัมพันธ์
- บทที่ 8 ทีมงานผลิต และการอำนวยความสะดวกสร้าง
- 8.1 คณะผู้บริหาร
 - 8.2 ผู้อำนวยการสร้าง
 - 8.3 บุคลากรที่เกี่ยวข้อง
 - 8.4 ค่าใช้จ่ายต่างๆ ในงานสร้าง
 - 8.5 การเขียนโครงการและข้อเสนอในการสร้าง
 - 8.6 การประเมินงานการผลิต

1.2 กิจกรรม

สัปดาห์ ที่	เนื้อหา สาระสำคัญ	เวลา (ชั่วโมง)	กิจกรรม สื่อการเรียน
1	บทที่ 1 ความรู้พื้นฐานการผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อวิทยุโทรทัศน์ สำหรับงานโฆษณาและงานประชาสัมพันธ์	5	- แนะนำรายวิชา เนื้อหา สื่อ เครื่องมือ และ กิจกรรมการเรียน - โครงการผลิตสื่อที่วี/วิทยุ ครั้งที่ 1 - บรรยาย บทที่ 1 (1) - (4)
2	บทที่ 2 การสื่อความหมาย ภาพและเสียง	5	- บรรยาย บทที่ 2 - วิพากษ์ตัวอย่างสปรอตที่วี วิทยุ การสื่อความหมายในเรื่อง ภาพ เสียง
3	บทที่ 2 การสื่อความหมาย ภาพและเสียง	5	- บรรยาย บทที่ 2 - โครงการผลิตสื่อที่วี/วิทยุ ครั้งที่ 2
4	บทที่ 3 บุคลากรการผลิต เครื่องมืออุปกรณ์การผลิต	5	- บรรยาย บทที่ 3 - นำเสนอ โครงการผลิตสื่อที่วี/วิทยุ*
5	บทที่ 4 กระบวนการขั้นตอน การผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวีดิทัศน์	5	- บรรยาย บทที่ 4 - ตัวอย่าง ประสบการณ์ เครื่องมือ อุปกรณ์
6	บทที่ 4 กระบวนการขั้นตอน การผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวีดิทัศน์	5	- บรรยาย บทที่ 4 - นำเสนอ บทโฆษณาวิทยุ
7	บทที่ 5 บทวิทยุกระจายเสียง และบทวิทยุโทรทัศน์	5	- บรรยาย บทที่ 5 - นำเสนอ บทโฆษณาทีวี
8	บทที่ 6 การกำกับงานสร้าง และการแสดง	5	- บรรยาย บทที่ 6 - กิจกรรม การจัดทำบทสร้าง-ถ่ายทำ
9	บทที่ 6 การกำกับงานสร้าง และการแสดง	5	- บรรยาย บทที่ 6 - กิจกรรม ฝึกการถ่ายภาพ กำกับ
10	บทที่ 7 การตัดต่อลำดับภาพ ลำดับเสียง	5	- บรรยาย บทที่ 7 - สาธิต ฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรมตัดต่อ
11	บทที่ 8 ทีมงานผลิต และการขานวยการสร้าง	5	- บรรยาย บทที่ 8 - กิจกรรม workshop (กลุ่ม)

สัปดาห์ ที่	เนื้อหา สาระสำคัญ	เวลา (ชั่วโมง)	กิจกรรม สื่อการเรียน
12	ปฏิบัติการ ผลิตสื่อ สปอตทีวี	5	- กิจกรรม workshop
13	นำเสนอผลงาน วิจัยกรณี สปอตวิทยุ / ทีวี	5	ประเมินผลงาน
14	ประมวลองค์ความรู้และทักษะต่างๆ ในการผลิต และ การประเมิน กิจกรรม การเรียน แนะนำการสอบวัดผล แนะนำอาชีพ	5	สรุปกิจกรรมตลอดภาคเรียน
15-16	สอบปลายภาค	4	
	รวม (16 สัปดาห์)	74	

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ที่	เนื้อหา กิจกรรม	วิธีการ / เครื่องมือ	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วน (ร้อยละ)
1	โครงการ/โครงงาน ผลิต สื่อโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ (สปอตวิทยุ สปอตทีวี)	นำเสนอโครงการผลิต และ นำเสนอ ผลงาน หลังการผลิต โดยใช้เกณฑ์วัดระดับคุณภาพ 5 ระดับ	4, 13	10
2	นำเสนอ สปอตวิทยุ (บท, ไฟล์เสียง ความยาว 15 วินาที และ 30 วินาที)	ตีความบท ด้วยภาษาพูด เสียง ได้ถูกต้อง มองเห็นภาพ ชัดเจน เหมาะสม ตามหลัก ภาษาไทย และ หลักนิเทศศิลป์-นิเทศ โสตทัศน โดยใช้เกณฑ์วัดระดับคุณภาพ 5 ระดับ	6, 13	15
3	นำเสนอ สปอตทีวี (บท, ไฟล์วิดีโอ 3-5 วินาที, ไฟล์สปอต 60 วินาที, ไฟล์สปอต 30 วินาที)	ตีความบท ภาษาภาพ แอ็คชั่น ถูกต้อง ชัดเจน เหมาะสม ตามหลักนิเทศศิลป์-นิเทศ โสตทัศน โดยใช้เกณฑ์วัดระดับคุณภาพ 5 ระดับ	7, 13	35
4	กิจกรรมการมีส่วนร่วม ในชั้นเรียน	การตอบสนองกิจกรรม กฎเกณฑ์ต่างๆ โดย ใช้เกณฑ์วัดระดับคุณภาพ-ศักยภาพ 5 ระดับ	10 ครั้ง (โดยการสุ่ม)	10
5	สอบวัดผลเมื่อสิ้นหลักสูตร	แบบทดสอบ ใช้ใช้เกณฑ์วัดระดับคะแนน	15-16	30
		รวม		100

ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำรา และ เอกสารหลัก

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์และการผลิตภาพยนตร์เบื้องต้น (Introduction to Creative film making): 16422

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

เอกสารการสอนชุดวิชาการความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาพนิ่งและภาพยนตร์ (Introduction to Photography and Film): 15204 หน่วยที่ 2, 9,10-12

รศ.วิภา อุดมฉันท. การผลิตสื่อโทรทัศน์ และสื่อคอมพิวเตอร์: กระบวนการสร้างสรรค์และเทคนิคการผลิต. พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ: บิ๊ก พอยท์, 2544

สมเจตน์ เมฆพ่าย. การผลิตรายการโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา, 2552.

2. เอกสาร และ ข้อมูลสำคัญ

สุทิน ชาวหินฟ้า. การผลิตภาพยนตร์ และวีดิทัศน์. (เอกสารการเรียนวิชา นท.4302 การผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์). 2553.

3. เอกสาร และ ข้อมูลแนะนำ

บทเรียน CAI การตัดแต่งเสียงดิจิทัล โดยใช้โปรแกรมตัดต่อเสียง Audio 1.0 รูปแบบเอกสาร: HTML ขนาดความจุไฟล์ 235 MB.

บทเรียน CAI การตัดต่อไฟล์วิดีโอ โดยใช้โปรแกรม Sony Vegas 5.0 รูปแบบเอกสาร: CAI Application ขนาดความจุไฟล์ 455 MB.

รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม. ปั้น 'บท' สกต 'หนัง' Three-Act Structure Scriptwriting. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ อาทิตย์สนิทจันทร์. มปท.

4. เว็บไซต์

Admin. "การจัดแสงเบื้องต้น." Website: **Photography Site**. URL:
<http://photo.pandaspace.net/category/...>

Admin. "คู่มือทำหนังสั้น ฉบับกันเอง (ตอนที่ 1-4)." ความรู้พื้นฐานทางภาพยนตร์.
URL:<http://www.thaishortfilm.com/>

http://www.igoodmedia.net/@communication_arts/cm3207

(ก.)
**แผนการตลาดและการสื่อสาร ของผลิตภัณฑ์-กิจกรรม-โครงการ
ที่ต้องการโฆษณา-ประชาสัมพันธ์**

1. **แผนการตลาดและการสื่อสาร ของ ...** (ชื่อผลิตภัณฑ์ / กิจกรรม / โครงการ)

2. **รายละเอียด ของ ...** (ชื่อผลิตภัณฑ์ / กิจกรรม / โครงการ)

ใช้หลัก 5P อธิบาย:

(1) ด้านลักษณะตัวผลิตภัณฑ์ (product) ขนาด รูปทรง น้ำหนัก เป็นชิ้นหรือชุด คุณประโยชน์ ใช้ทำอะไรได้บ้าง ข้อห้ามในการใช้ การตัดแปลง พิษหรืออันตรายที่อาจเกิดขึ้น มีการรับประกันหรือไม่ การให้บริการหลังการขายมีหรือไม่ อย่างไร ฯลฯ (2) ด้านราคา (price) ต่อหน่วย ต่อชุด ต่อครั้งการบริการ (3) ด้านสถานที่ทดลอง จำหน่าย (place) อยู่ที่ใด ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้อย่างไร (4) ตำแหน่งสินค้า (positioning) เพื่อคนกลุ่มใด ระดับใด จัดประเภทของผลิตภัณฑ์อยู่ในกลุ่มใด ของใหม่ (new product) หรือของใช้แล้ว (second-hand) หรือของนำกลับมาใช้ใหม่ (recycle product) หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าที่ ตราสินค้า (brand) หรือ ราคา (cheap | expensive price) หรือทั้งสองอย่าง (5) ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) มีกลยุทธ์อย่างไร เช่น การลดราคา อย่างไร เท่าไร ช่วงเวลาใด การแจก ของแถมฟรี ของสมนาคุณ (premium) มีหรือไม่ เงื่อนไขการรับ

ถ้าตัวผลิตภัณฑ์ เป็นกิจกรรม โครงการ เช่น นิทรรศการ โครงการประกวดต่างๆ การรณรงค์ทางการเมือง สถานที่ท่องเที่ยว รายการสื่อทีวี/วิทยุ โปรแกรมภาพยนตร์ งานบุญงานประเพณี ฯลฯ ให้พิจารณาเทียบเคียง ให้สอดคล้องกับหลัก 5P เพื่อให้สามารถอธิบายรายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์ กิจกรรม หรือโครงการ ที่ต้องการโฆษณา หรือ ประชาสัมพันธ์

3. **วัตถุประสงค์ในการสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ...** เช่น ต้องการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ชนิดใหม่ ในตลาด เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว แต่ต้องการรักษาความนิยมในตลาด

ต้องการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่นที่จัดอยู่ในชนิดและประเภทเดียวกัน ต้องการเพิ่มยอดขายในช่วงเทศกาล ต้องการเปลี่ยนหรือเพิ่มภาพลักษณ์ (new image) ต้องการเพิ่มฐานรายการผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในเครือข่ายผู้ผลิตรายเดียวกัน ฯลฯ

4. **เจ้าของผลิตภัณฑ์ :** (ชื่อเจ้าของผลิตภัณฑ์ / กิจกรรม / โครงการ) ประเภทนิติกรรม (หจก. บจก. บมจ. มูลนิธิ สมาคม ชมรม พรรค สหกรณ์ ศูนย์ โครงการ องค์การ สถาบัน ฯลฯ) ประวัติความเป็นมา (ถ้ามี) สถานที่ตั้ง สำนักงานใหญ่ สำนักงานสาขา โซนเวิร์ก จุดรับบริการหลังการขาย ชื่อหัวหน้าเจ้าของบริษัท วิทยุทัศน์ พันธกิจ ภารกิจของ เจ้าของผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี / จำเป็น)

5. **โลโก้ :** รูปโลโก้ (ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือ องค์การที่จดทะเบียนหรือตั้งขึ้นมาใหม่ ให้ลงรูปโลโก้ด้วย) ความหมายของโลโก้



6. แผนสื่อ

ต้องการโฆษณา หรือ ประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบใด สปอต / รายการ / คีเจพุด / ละครสั้น / เสวนา ฯลฯ
ใช้หลัก Q-SPORT อธิบาย :

Q จำนวน หรือ ปริมาณ ของรูปแบบสื่อ (quantity) เช่น ถ้าใช้ สปอต จะใช้เป็นสปอตเดี่ยว (Promo SPOT) หรือเป็นชุด (Series SPOT) หรือเป็นสปอตร่วมกับโฆษณาอื่น (Multi SPOT) ถ้าเป็น คีเจพุด พุด ที่ช่วง หรือพุดนานเท่าใด ในจัดรายการแต่ละครั้ง

S นำเสนอในลำดับใด (sequence) กรณีมีสื่อโฆษณาหลายตัวหรือหลายรายการ ที่ต้องออกอากาศในคราวนั้น และถ้าเป็นสื่อโฆษณาที่จัดทำเป็นชุด (Series) มีการจัดลำดับการนำเสนอก่อนหลังอย่างไร

P ช่วงเวลาที่ต้องการออกอากาศ หรือนำเสนอ (point) ช่วงเวลาใด สถานีใด

O โอกาสผิดพลาด ในการสื่อสาร (opportunity) เป็นการซื้อพื้นที่สื่อเป็นส่วนเสริม หรือเพิ่มเติม (ถ้าจำเป็น) เพื่อป้องกันการความผิดพลาด จากผู้ชม ซึ่งบางเวลากลุ่มผู้ชมเป้าหมายไม่ได้ดูหรือฟัง ด้วยเหตุสุดวิสัย จึงมีการซื้อพื้นที่สื่อเพิ่มเติม มักใช้กับรายการสำคัญ หรือช่วงสำคัญ

R สัดส่วนระหว่าง จำนวนครั้ง / จำนวนเวลา / จำนวนช่อง / ราคา (relation)

เพื่อการคำนวณค่าใช้จ่าย ในการคิดราคาซื้อพื้นที่สื่อสาร กับสถานี หน่วยงานตัวแทน (agency) เช่น ต้องการโฆษณาด้วยสปอตทีวี ความยาว 30 วินาที จำนวน 15 ครั้งต่อสัปดาห์

T จำนวนครั้ง (time) ในการนำเสนอ หรือออกอากาศ สำหรับสื่อชิ้นนั้น

เพื่อดูความเหมาะสมด้านการผลิตและการลงทุน เช่น ถ้าเป็น

สปอตโฆษณาสร้างภาพลักษณ์และรักษาค่านิยมของตลาด ซึ่งมีจำนวนครั้งในการใช้ที่ยาวนาน อาจตัดสินใจเพิ่มเงินลงทุนให้แก่สื่อโฆษณานั้นเป็นกรณีพิเศษ ให้อยู่ในพื้นที่สื่อได้ยาวนานขึ้น

(ข.)

โครงการผลิตสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์

1. **ชื่อโครงการ ...** (เช่น โครงการผลิตสปรตโฆษณาณรงค์ส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด)
เจ้าของโครงการ ... ชื่อ หน่วยงานผู้ผลิตสื่อ / โลโก (ถ้ามี) / คำขวัญ (ถ้ามี)
2. **รายละเอียดของสื่อ**
ใช้หลัก SMCRF อธิบาย :
 - (1) **เจ้าของ** ผลิตภัณฑ์ / กิจกรรม / โครงการ (source) เป็นใคร องค์การใด
ใช้ข้อมูลเกี่ยวกับแผนการตลาดและการสื่อสาร ข้อ (4)
 - (2) **ตัวสื่อ (media)**
 - ประเภท / รูปแบบ (type) : สปรตทีวี / สปรตวิทยุ / ละครสั้น / variety / talk show
 - ความยาว ... วินาที / นาที : 15 | 30 | 60 | 120 วินาที
 - ถ้าทำสปรตทีวี ต้องทำตัวเต็ม ความยาว 3-5 นาที ก่อน แล้วตัดให้เหลือ 30 วินาที และ 60 วินาที
 - สปรตวิทยุ ให้ตัดเป็นความยาว 2 ช่วง คือ 15 วินาที และ 30 วินาที
 - แนวคิด (concept | theme) : บอกแนวคิด หรือ แก่นของเรื่อง ว่าต้องการสื่ออะไร
 - เรื่องย่อ : บอกเรื่องราวสั้นๆ
 - (3) **ช่องทางออกอากาศ (channel)**
 - ทีวี ช่อง ... / วิทยุ สถานี ... / เวลา ... ตั้งแต่ วัน เดือน ปี ถึง วัน เดือน ปี
 - CD/DVD ระบุสถานที่รับแผ่น (ถ้ามี)
 - อินเทอร์เน็ต www.youtube.com/... (ระบุที่อยู่ให้ชัดเจน)
 - (4) **ผู้รับชม / ผู้ฟัง กลุ่มเป้าหมาย (receiver | audience)**
บอกว่าเป็นกลุ่มใดบ้าง จำนวนประมาณเท่าใด
 - (5) **ผลที่คาดว่าจะได้รับ** หลังการเผยแพร่ของสื่อ (feedback) บอกความคาดหวังที่ต้องการ
และที่เป็นไปได้ พร้อมระบุแหล่งรับข้อมูลสะท้อนกลับจากผู้รับชม / ผู้ฟัง เช่น SMS, phone-in, e-mail, social media online หรือ แบบตอบรับ ฯลฯ
3. **แผนการผลิต**
 - (1) **บทแสดง (screenplay script) : รายละเอียดประกอบด้วย**
 - ฉาก : สถานที่ / ภายใน-ภายนอก / เวลา
 - ตัวละคร : ชื่ออะไร (กรณีเป็น คน สัตว์) หรือเป็นอะไร (กรณีเป็น สัตว์ พืช หรือ วิญญาณ)
 - เหตุการณ์ : บอกรายละเอียดด้านอารมณ์ แฉกชั้น เคลื่อนไหว ของตัวละคร
 - บทพูด : (อาจบอกกำกับแฉกชั้น ถ้าจำเป็น เช่น (ปากเบี้ยว) “...”

เปลี่ยนฉาก : เช่น ตัดไป (cut) fad / wipe / insert flashback / insert forward เมื่อเขียนจบแต่ละฉาก

(2) บทสร้าง (production script) : ประกอบด้วย

-บทถ่ายทำ (shooting) คือการตีความหมายของบท screenplay ให้อยู่ในกรอบสี่เหลี่ยม โดยบอกรายละเอียดของ ขนาดภาพ (size) มุมภาพ (angle) การเคลื่อนที่ของตัวละคร การเคลื่อนที่ของฉาก แอคชั่น จังหวะ ความเร็ว เสียงพูด เสียงประกอบ [*shooting จะถูกนำไปใช้โดยผู้กำกับทุกตำแหน่ง ผู้ถ่ายภาพ และผู้ตัดต่อ]

-บทภาพ (storyboard) เพื่อบอกแอคชั่นของภาพ (ในบางภาพ) ที่เข้าใจยากให้แก่ทีมงานทุกคนเข้าใจตรงกัน อาจมี blocking ในบางฉาก เพื่อให้ทีมผู้กำกับ ผู้ถ่ายภาพ และนักแสดงเข้าใจตรงกัน

-ตารางนัดหมาย (schedule table) เพื่อนัดหมายนักแสดง และทีมงานทุกคน ในวันออกกองถ่าย (breakdown sheet) โดยจะระบุ ตัวละคร วัน เวลา สถานที่ อุปกรณ์ ฉาก ที่ต้องใช้ รวมทั้งการแต่งกาย แต่งหน้า ของนักแสดง

-รายการกำกับความต่อเนื่อง (continuity) ซึ่งทีมผู้กำกับจะเป็นผู้จัดทำ เพื่อให้การทำงานในกองถ่ายทำได้ตามกำหนด ไม่เสียเวลา และป้องกันความผิดพลาดในการถ่ายทำ

-รายการวัสดุ อุปกรณ์ ประกอบฉาก รายการเสื้อผ้า แต่งหน้า ทรงผม ของตัวละคร ในแต่ละฉาก

4. งบประมาณ

จัดทำ รายการ บัญชี งบประมาณ ทั้งก่อนและหลังการสร้าง (เพื่อประเมิน ประสิทธิภาพ ในการลงทุน)

5. การนำเสนองาน

กำหนดวันนำเสนองาน : วัน เดือน ปี เวลา สถานที่

สื่อที่ใช้นำเสนอ

(1) ไฟล์สื่อต้นฉบับ ความยาว 3-5 นาที

(2) ไฟล์สื่อโฆษณา ความยาว 60 วินาที และ ความยาว 30 วินาที

(3) ไฟล์ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำ

(4) เอกสารในวันเสนองาน ได้แก่ ตัวโครงการ บทแสดง บทสร้าง และอื่นๆ ที่จำเป็นและสำคัญ (ส่วนนี้ จะมีผลต่อการประเมินสื่อ)

6. รายงานทีมงานสร้าง

ประกอบด้วย ภาพถ่าย (ขนาด 2 นิ้ว) ชื่อ นามสกุล ตำแหน่งงาน (ถ้ามีหลายตำแหน่ง ให้ระบุทุกตำแหน่ง) ตำแหน่งที่ติดต่อได้ (e-mail & telephone)