



การสร้างสรรคการตลาดเชิงเนื้อหาเพื่อสร้างการรับรู้สาขาวิชานวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์  
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

Creating Content Marketing to Build Awareness for College of Communication Arts's  
Department of Innovative Advertising and Creative Media, Rangsit University

ณัฐกรชัย พรเอี่ยม<sup>1\*</sup> และ กัญญาณัฐ ปานสัมฤทธิ์<sup>1</sup>

Natsornchai Porn-eim<sup>1\*</sup> and Kanyanat Pansumrit<sup>1</sup>

<sup>1</sup>สาขาวิชาการโฆษณา วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ปทุมธานี ประเทศไทย

<sup>1</sup>Department of Advertising, College of Communication Arts, Rangsit University, Pathum Thani, Thailand

\*Corresponding author, E-mail: tiger.rsu@gmail.com

### บทคัดย่อ

โครงการสร้างสรรคการตลาดเชิงเนื้อหาเพื่อสร้างการรับรู้สาขาวิชานวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.สร้างการรับรู้หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา นวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยรังสิต ให้กับนักเรียนและนักศึกษาที่สนใจ 2.เพื่อให้ความรู้ความ เข้าใจในหลักสูตร การเรียนการสอน และอาชีพหลังจากสำเร็จการศึกษาในหลักสูตร และ 3.เพื่อทดสอบประสิทธิผล ของสื่อและเนื้อหาที่สร้างสรรค์ขึ้นในโครงการ โดยมีกระบวนการดำเนินงาน 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1.ขั้นตอนการสืบค้น ข้อมูล 2.ขั้นตอนวิเคราะห์ข้อมูล 3.ขั้นตอนการกำหนดประเด็นในการทำเนื้อหา 4.ขั้นตอนการสร้างสรรคเนื้อหา และ 5.ขั้นตอนการทดสอบผลงาน ทั้งนี้มีผลงานการสร้างสรรคเนื้อหาได้แก่ 1.Video Content จำนวน 1 เรื่อง 2.Photo Content จำนวน 20 รูป 3.Photo Album Content จำนวน 4 อัลบั้ม 4.Story Telling Content จำนวน 2 เรื่อง และ 5.Sharing Content จำนวนตามความเหมาะสม ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำผลงานไปทดสอบกับผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมาย แล้วพบว่า เนื้อหามีความน่าสนใจ ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย และสามารถสื่อสารแนวคิดหลักที่ ต้องการได้ และควรเพิ่มเติมในส่วนของบรรยากาศในการเรียนในสาขาวิชา รวมถึงค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรด้วย

**คำสำคัญ:** การตลาดเชิงเนื้อหา สาขาวิชา นวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์

### Abstract

The objectives of project, "Creating Content Marketing to Build Awareness for College of Communication Arts's Department of Innovative Advertising and Creative Media, Rangsit University", are 1) to raise awareness among high school and university students of Innovative Advertising and Creative Media Program, College of Communication



Arts, Rangsit University. 2) to provide knowledge and understanding of Innovative Advertising and Creative Media Program and professions after graduation, and 3) to evaluate the effectiveness of the media content created by the project by following 5 steps of process including related data review, data analysis, big idea for content creation, content creation, and the final work evaluation. In this project, the created works include 1) 1 set of video content, 2) 20 content photos, 3) 4 sets of content photo albums, 4) 2 sets of content storytelling, and 5) the appropriate amount of content sharing. According to the evaluation of the created works by experts and target audiences, the content is interesting, informative and useful for the targets as well as expectedly communicable in term of its theme. However, the learning environment and the total course fee should be included in the content project.

**Keywords:** Content Marketing, Department of Innovative advertising and creative media.

## 1. บทนำ

การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) คือการตลาดรูปแบบหนึ่งที่สำคัญการสร้างเนื้อหา ที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายติดตามเนื้อหาของแบรนด์ และเกิดความพึงพอใจจากสาระประโยชน์ที่ได้จากแบรนด์ จนนำไปสู่ความนิยมในแบรนด์นั้น หรืออาจนำเสนอสินค้าในเนื้อหาได้ โดยไม่ใช้ความพยายามหรือยึดยึดการขายสินค้าจนมากเกินไป

ทั้งนี้คุณลักษณะของเนื้อหาที่ดีจะต้องมีลักษณะ ดังต่อไปนี้ 1. Valuable คือมีคุณค่าต่อกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ไม่ใช่ เน้นคุณค่าต่อองค์กรเพียงเท่านั้น 2. Relevant โดยจะต้องเกี่ยวข้องกับทั้งสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย 3. Consistent ต้องมีความสอดคล้องกันทั้งในด้านการออกแบบ และระดับภาษาที่ใช้ เพื่อไม่ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสับสน นอกจากนี้เนื้อหาที่ดีอาจจะต้องมีองค์ประกอบเพิ่มเติมอีกหลายประการอันได้แก่ 1. สร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้ที่เข้ามาอ่านหรือรับชม 2. มีความสม่ำเสมอในการนำเสนอ 3. มีความจริงใจที่จะสร้างคุณค่าให้กับกลุ่มผู้รับสารอย่างแท้จริง

จากคุณลักษณะดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการทำการตลาดเชิงเนื้อหานั้นสามารถประยุกต์ใช้กับสินค้าหลายประเภท โดยเฉพาะสินค้าหรือบริการที่กลุ่มเป้าหมายจำเป็นต้องใช้ข้อมูลในการตัดสินใจมากกว่าการโฆษณาแบบปกติ ไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูลสินค้าผ่านการเล่าเรื่อง (Story telling) การรีวิวสินค้า (Review) หรือการนำช่วงหนึ่งของชีวิตผู้บริโภคมาผูกโยงและต้องสัมผัสกับสินค้า (Slice of life) ซึ่งในปัจจุบันเราจะเห็นได้ว่ามีสินค้าหลากหลายประเภทที่ทำการตลาดโดยอาศัยเนื้อหา เช่น ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคาร โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องสำอาง ฯลฯ หรือแม้กระทั่งสถาบันการศึกษาก็ตาม

ในปี พ.ศ. 2561 หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ได้มีการปรับปรุงหลักสูตร และมีแผนพัฒนาสาขาวิชาตามนโยบายของวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิตทั้งในด้านการจัดการเรียน การสอน โดยในการปรับปรุงหลักสูตรในครั้งนี้มีการเปลี่ยนชื่อหลักสูตรเป็น หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรม การโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยรังสิต โดยปรับตัวตามสภาพเศรษฐกิจ สังคม ความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมโฆษณาในปัจจุบัน



ในการเปลี่ยนแปลงหลักสูตรพร้อมกับชื่อหลักสูตรในครั้งนี้ มีความแตกต่างจากเดิมไปค่อนข้างมาก ทำให้นักเรียนและนักศึกษาที่สนใจหรืออยากจะศึกษาเกี่ยวกับหลักสูตรดังกล่าว ไม่รู้จักหรือคุ้นเคยกับชื่อหลักสูตรใหม่และไม่ทราบว่า หลักสูตรนวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ คือหลักสูตรที่พัฒนามาจาก หลักสูตรวิชาการโฆษณา ของมหาวิทยาลัยรังสิต รวมไปถึงกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจ ในปัจจุบันที่อัตราการเกิดลดลง มหาวิทยาลัยรัฐบาลมีพื้นที่สำหรับรับนักเรียนเข้าศึกษาต่อเพิ่มขึ้น ทำให้มหาวิทยาลัยเอกชนได้รับผลกระทบจากการลดลงของนักศึกษาเข้าใหม่

ผู้ศึกษาจึงมีแนวคิดในการทำการตลาดเชิงเนื้อหา เพื่อนำเสนอสาขาวิชานวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ โดยเน้นการสร้างเนื้อหาในเฟสบุ๊คเพจ (Facebook Page) เป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำในชื่อสาขาวิชาใหม่ และอาจจะนำไปสู่การตัดสินใจเลือกเรียนในสาขาวิชานวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ได้ในอนาคต

## 2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อสร้างการรับรู้หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยรังสิต ให้กับนักเรียนและนักศึกษาที่สนใจ
- 2.2 เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจในหลักสูตร การเรียนการสอน และอาชีพหลังจากสำเร็จการศึกษาในหลักสูตร
- 2.3 เพื่อทดสอบประสิทธิผลของสื่อและเนื้อหาที่สร้างสรรค์ขึ้นในโครงการ

## 3. กระบวนการดำเนินงาน

- 3.1 ขั้นตอนการสืบค้นข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมข้อมูลดังนี้
  - 3.1.1 ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่าง หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา(หลักสูตรเก่า) และหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์(หลักสูตรใหม่)
  - 3.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มเด็กมัธยมปลาย และผู้ปกครอง โดยได้ทำการศึกษาข้อมูลความต้องการของกลุ่มเด็กมัธยมปลายและผู้ปกครอง เพื่อวิเคราะห์ถึงข้อมูลที่กลุ่มเป้าหมายต้องการในการตัดสินใจเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัย
    - 3.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การตลาดของสถานศึกษาในปัจจุบัน
  - 3.2 ขั้นตอนวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้
    - 3.2.1 วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7 P's)
    - 3.2.2 วิเคราะห์ SWOT analysis
    - 3.2.3 วิเคราะห์ Consumer Insight
  - 3.3 ขั้นตอนการกำหนดประเด็นในการทำเนื้อหา
  - 3.4 ขั้นตอนการสร้างสรรคเนื้อหา ทั้งนี้ผู้ศึกษากำหนดการสร้างสรรคเนื้อหา ดังต่อไปนี้ 1.Video Content จำนวน 1 เรื่อง 2.Photo Content จำนวน 20 รูป 3.Photo Album Content จำนวน 4 อัลบั้ม 4.Story Telling Content จำนวน 2 เรื่อง และ5.Sharing Content จำนวนตามความเหมาะสม



### 3.5 ขั้นตอนการทดสอบผลงาน

เมื่อได้เนื้อหาตามที่กำหนดไว้แล้วผู้ศึกษาจะนำเนื้อหาไปทดสอบกับผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การสร้างสรรค์เนื้อหา จำนวน 1 คน และกลุ่มเป้าหมายของโครงการนี้จำนวน 10 คน ได้แก่ กลุ่มเด็กมัธยมปลาย 5 คน กลุ่มผู้ปกครอง 3 คน และกลุ่มนักศึกษา 2 คน เพื่อทดสอบประสิทธิผลของเนื้อหาที่สร้างสรรค์ขึ้น

### 4. ผลการดำเนินงาน

ผลงานวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 P's) และ SWOT พบว่า สาขาวิชานวัตกรรมการโฆษณา และสื่อสร้างสรรค์ มีจุดแข็งที่ เป็นหลักสูตรที่ยืดหยุ่นตามผู้เรียน สามารถปรับตัวให้เข้ากับอุตสาหกรรมโฆษณาในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้ผู้ที่จบจากสาขาวิชานวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์สามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นนักโฆษณา นักออกแบบ นักการตลาด หรือนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผลจากการวิเคราะห์ผู้บริโภครวมกลุ่มเป้าหมายพบว่า 1. กลุ่มเป้าหมายนักเรียนมัธยมศึกษา กลุ่มนี้มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันคือการไปโรงเรียน ทำให้เจอเพื่อนและอาจารย์ที่เป็นปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อระดับมหาวิทยาลัย และสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นมีผลต่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นอย่างมาก เนื่องจากสามารถเข้าไปศึกษา หาข้อมูลในเรื่องที่สนใจอย่างง่ายดาย ทำให้ช่องทางออนไลน์นั้นเป็นตัวเลือกที่ดีที่จะส่งสารไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและยังดึงดูดความสนใจได้มาก กลุ่มนักเรียนนักศึกษาเป็นกลุ่มที่เมื่อได้รับแรงบันดาลใจจากบุคคลที่ตนเองชื่นชอบก็จะมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอย่างมาก หากได้เห็นตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน และมีความรู้สึกที่ตัวเอง ชื่นชมมันมันสามารถเป็นไปได้จริง ทั้งนี้ครอบครัวก็มีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพราะการตัดสินใจจะต้องผ่านครอบครัวก่อน 2. กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้ปกครอง โดยพฤติกรรมของกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่เลือกสิ่งที่ดีที่สุดในกับบุตร หลาน และคนในครอบครัวโดยจะมีกระบวนการตัดสินใจที่ละเอียดอ่อนกว่ากลุ่มเป้าหมายแรก โดยพฤติกรรมของผู้ปกครองในเรื่องการเรียนต่อของบุตรหลานพบว่า มีการพูดคุยกับเพื่อนร่วมงานหรือญาติพี่น้องที่มีประสบการณ์ตรงเพื่อเก็บข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเรียน การสอน สังคม ค่าใช้จ่ายในมหาวิทยาลัย และในปัจจุบันการศึกษาข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์นั้นเป็นไปได้ง่ายสำหรับ กลุ่มเป้าหมายดังกล่าว โดยข้อมูลที่ต้องการจากอินเทอร์เน็ตได้แก่ สาขาวิชาชีพที่รองรับเมื่อจบการศึกษา ฐานเงินเดือน คุณภาพของมหาวิทยาลัย เพื่อนำมาตัดสินใจวางแผนการเรียนต่อของบุตรหลาน และเพื่อเตรียมแผนสำรองเมื่อบุตรหลาน พลาดการสอบเข้ามหาวิทยาลัยรัฐบาล และมักจะเปรียบเทียบคุณภาพและราคาระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน ว่าความแตกต่างกันมากนักน้อยเพียงใดทั้งเรื่องคุณภาพและค่าเล่าเรียน

ขั้นตอนการสร้างสรรค์เนื้อหา ผู้ศึกษาได้กำหนดการสร้างเนื้อหาเป็นเวลา 2 เดือน ได้แก่ เดือนเมษายน และ พฤษภาคม ดังนี้

ตารางที่ 1 เนื้อหาและกำหนดระยะเวลาการนำเสนอ

| เดือน  | สัปดาห์ที่ | เนื้อหา               | จำนวนเนื้อหา |
|--------|------------|-----------------------|--------------|
| เมษายน | 1          | IAM คืออะไร           | 1 photo      |
|        |            | IAM เป็นอะไรได้บ้าง?? | 1 album      |



| เดือน | สัปดาห์ที่ | เนื้อหา   | จำนวนเนื้อหา          |         |
|-------|------------|---|-----------------------|---------|
|       |            | จบ IAM แล้วไปอยู่ที่ไหน??                       | 1 album               |         |
|       |            | IAM Business Owners                             | 1 photo               |         |
|       | 2          | Word of IAM (Innovative Advertising)            | 1 photo               |         |
|       |            | IAM Quote                                       | 1 photo               |         |
|       |            | Q&A รวมคำถามสุดฮิต และคำตอบจากผู้มีประสบการณ์   | 1 photo               |         |
|       |            | รีวิว ประสบการณ์เรียน IAM ม.รังสิต              | 1 story               |         |
|       | 3          | Creative Vs Marketing                           | 1 photo               |         |
|       |            | IAM Quote                                       | 1 photo               |         |
|       |            | Word of IAM (Production house/In house)         | 1 photo               |         |
|       | 4          | One day with IAM                                | 1 Video               |         |
|       |            | IAM Quote                                       | 1 photo               |         |
|       |            | Q&A รวมคำถามสุดฮิต และคำตอบจากผู้มีประสบการณ์   | 1 photo               |         |
|       | พฤษภาคม    | 1   | 5 วิชาเด็ดใน IAM      | 1 album |
|       |            |   | IAM Skill             | 1 photo |
|       |            |   | เข้ามา.. ทำไมต้อง IAM | 1 story |
|       |            |   | IAM Quote             | 1 photo |
| 2     |            | IAM Quote                                       | 1 photo               |         |
|       |            | 4 ทฤษฎี คิดตัวตั้งแต่ปี 1 ยันทำงาน              | 1 photo               |         |
|       |            | Q&A รวมคำถามสุดฮิต และคำตอบจากผู้มีประสบการณ์   | 1 photo               |         |
| 3     |            | IAM Dream Team                                  | 1 photo               |         |
|       |            | IAM Quote                                       | 1 photo               |         |
| 4     |            | Word of IAM (Key message)                       | 1 photo               |         |
|       |            | Word of IAM (Innovation Advertising)            | 1 photo               |         |
|       |            | IAM รีวิว เก่งม๊วกกกกกกก                        | 1 album               |         |
|       |            | Q & A รวมคำถามสุดฮิต และคำตอบจากผู้มีประสบการณ์ | 1 photo               |         |

## การสร้างสรรคเนื้อหา

### 4.1 Video Content : One day with IAM

One day with IAM จะเป็นเรื่องราวการติดตามชีวิตเด็ก IAM ใน 1 วัน ซึ่งจะเริ่มจากตอนเช้าตั้งแต่ตื่นนอน ว่าทำอะไรบ้างก่อนที่จะมาเข้าเรียนวิชาต่าง ๆ ใน IAM โดยจะนำเสนอให้เห็นวิถีชีวิตไลฟ์สไตล์ของเด็ก IAM พร้อมกับบรรยากาศในห้องเรียน เป็นการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายว่า ถ้าเข้ามาเรียน IAM จะพบกับวิถีชีวิตอย่างไร สังคมในรูปแบบไหนบ้าง พร้อมกับเทคนิครับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในห้องเรียน





## 4.2 Photo Content ผู้ศึกษาได้ออกแบบเนื้อหาประเภทรูปภาพไว้ทั้งสิ้น 20 เนื้อหา ทั้งนี้จะยกตัวอย่างเพียง 6 เนื้อหาเท่านั้น ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงตัวอย่างเนื้อหาประเภทรูปภาพ



| Photo   | Caption   | Objective  |
|---|---|--|
|    | <p>หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นหลักสูตรที่ถูกพัฒนาให้มีการสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เพื่อให้น้อง ๆ ได้พัฒนาศักยภาพ ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อต่าง ๆ โดยให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันทีกับกระแสดิจิทัล และนวัตกรรมใหม่ๆ น้อง ๆ คนไหนสนใจสามารถ Inbox มาถามรายละเอียดเพิ่มเติมจากพี่ๆ ได้เลยจ้า</p>  | <p>เนื้อหาดังกล่าวมีวัตถุประสงค์คือ ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ ว่า IAM คืออะไร ย่อมาจากอะไร เปิดสอนที่ไหน และสอนอะไร ให้สร้างการรับรู้และเข้าใจทั้งหมดภายในภาพ โดย Caption ก็คือที่มาของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาการนวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยรังสิต</p>   |
|  | <p>หลักสูตร IAM เป็นหลักสูตรที่เน้นพัฒนาศักยภาพให้นักศึกษามีความคิดสร้างสรรค์ สามารถคิดวิเคราะห์ วิจัยวางแผนด้านกลยุทธ์การโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ โดยความสามารถที่นักศึกษาจะได้รับการฝึกฝนและพัฒนาอย่างแน่นอนคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์</li> <li>2.ความสามารถการคิดวิเคราะห์</li> <li>3.ความสามารถด้านการวางแผนและกลยุทธ์</li> </ol> <p>โดย 3 ทักษะนี้สามารถนำไปต่อยอดในการทำงานสายงานต่าง ๆ รวมไปถึงการประกอบ ธุรกิจส่วนตัวอีกด้วย</p> | <p>เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยรังสิต หรือ IAM ที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อฝึกฝนและพัฒนา ศักยภาพในเชิงความคิดสร้างสรรค์ สามารถคิดวิเคราะห์ วิจัย วางแผนด้านกลยุทธ์ การโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ใช้เครื่องมือทางการตลาดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ</p> |
|  | <p>3 ทฤษฎีที่อยู่คงกระพันใช้ได้ในทุกโปรเจกต์ตั้งแต่ปี 1 ยันปี 4 เรียนจบก็ยังไม่ชื้ออยู่ Product Price Place Promotion ต้องมา Strengths Weaknesses Opportunities Threats ต้องได้สร้างแบรนด์ สร้างสรรค์งานโฆษณาเอาอยู่ โปรเจกต์ยากขนาดไหนก็หนีไม่พ้น 3 ทฤษฎีนี้เชิ้อที่ พี่เรียนมา : D</p>  | <p>เพื่อให้ความรู้และเทคนิคการทำโปรเจกต์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ หรือการสร้างสรรค์ งานโฆษณาใน IAM เป็นการบอกเล่าผ่านความจริงที่ว่า ไม่ว่าโปรเจกต์ไหนก็มักจะใช้ 3 ทฤษฎี นี้ ให้นักลที่สนใจจะเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรของเรา ได้รู้จักทฤษฎีที่ถูกจับมาใช้บ่อย ที่สุดและยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตจริงทั้ง 3 ทฤษฎี</p>                   |
|  | <p>Q: คิยซ์เก่า IAM ส่วนใหญ่จบไปเป็นอะไรกัน? จากผู้ปกครองท่านหนึ่ง</p> <p>A : ส่วนใหญ่ก็จะใช้ความรู้ที่เรียนมาไปประกอบอาชีพตามความถนัดของตนเองครับ ทำงานในบริษัทต่างๆ ทางด้านการตลาด บางคนอาจจะทำงานไม่ตรงสายงาน แต่ก็ใช้วิชาความรู้ที่ได้จากการเรียนโฆษณา ไปประยุกต์ใช้</p>  |  |





| Photo  | Caption  | Objective   |
|--|--|---|
|  | กับงานที่ตนเองทำอยู่ และก็มีหลายคน ไปประกอบอาชีพ ส่วนตัวคือเปิด บริษัทของตนเองผลิตสื่อให้กับองค์กรต่างๆ - อาจารย์ พรหมพรมย์ แก้วดวงเด่น  |   |
|   | ถ้าอาจารย์ให้เวลาทำโปรเจกต์ 2 อาทิตย์ แล้วเราทำตั้งแต่วันแรกที่ได้รับโจทย์ เราจะเหนื่อยทั้ง 2 อาทิตย์ แต่ถ้าเราทำ 2 วันสุดท้าย เราจะเหนื่อยแค่ 2 วัน และเราจะทำไม่ทัน..<br>#เผา                    | สร้างความบันเทิง สีสันภายในเพจ โดยจะคัดเอาคำคม ไม่ว่าจะป็นนักศึกษา อาจารย์ บุคคลากรใน IAM เป็นการสร้างการรับรู้ถึงความคิดสร้างสรรค์ทางด้านภาษาของ IAM |
|  | ศัพท์วันละคำ IAM อยากให้งานของเราแตกต่าง เป็นที่น่าจดจำคือหา “ Key Message” แก่นสำคัญของสื่อสารทุกชนิด ใช้ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความเข้าใจและรู้ถึงข้อดีของสิ่งที่เราต้องการสื่อสาร | ให้ความรู้เกี่ยวกับคIAM กับคำศัพท์ต่างๆ ที่ควรรู้ในหลักสูตร สำหรับผู้ที่สนใจจะเข้าศึกษาและผู้ที่กำลังศึกษาอยู่  |

4.3 Photo Album Content ผู้ศึกษาได้ออกแบบเนื้อหาประเภท Photo Album ไว้ทั้งสิ้น 4 อัลบั้ม ทั้งนี้จะยกตัวอย่างเพียง 1 อัลบั้มเท่านั้น ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงตัวอย่างเนื้อหาประเภทอัลบั้มรูป

| ภาพในอัลบั้ม  | Caption   |
|---|---|
| -   | IAM here! (IAM จบแล้วไปอยู่ที่ไหน) : มาตามหาชาว IAM กันจ้าจบแล้วไปไหนกันนะ ??   |
|  | Ad Agency หรือที่ได้ยินกันติดหูคือ Agency House คือบริษัทตัวแทนโฆษณา บริษัทวางแผนสื่อและบริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด เรียกง่าย ๆ ก็คือ บริษัทรับทำโฆษณา โดยใน Agency จะมี 3 สายงานหลักๆคือ -AE ฝ่ายขายและบริการลูกค้า -Strategic planning จะทำการวิจัยและวางแผนการตลาด กำหนดทิศทางทางการโฆษณา ซึ่งเป็นเรื่อง กลยุทธ์และเทคนิคทางการสื่อสารการตลาดล้วน ๆ -Creative จะเป็นฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา มีทั้ง Art Director และ Copywriter |
|  | Production House มีหน้าที่เตรียมงานการผลิตทั้งหมด ที่ส่งต่อมาจาก Agency เรียกง่าย ๆ ว่า Production House คือฝ่ายผลิต ต้องถ่ายทำหนังโฆษณา และงานด้านกราฟิกต่าง ๆ ไม่ได้มีส่วนในการคิดกลยุทธ์วางแผนสื่อ โดยใน Production House จะมีฝ่ายทำงานมากมายตั้งแต่โปรดิวเซอร์, ฝ่ายอาร์ต, ปร็อพ, เสื้อผ้า, แอสติ้ง ฯลฯ   |



| ภาพในอัลบั้ม  | Caption   |
|---|---|
|  | <p>In House Agency คือองค์กรที่มีบริษัท โฆษณาเป็นของตนเอง โดยมี ฝ่ายการตลาด สื่อสาร องค์กร ฝ่ายออกแบบ และผลิตสื่อโฆษณาในภาครัฐและเอกชน หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยหน้าที่หลักก็คือ วางแผนและผลิตสื่อให้กับบริษัทต่าง ๆ เท่าที่บุคลากรจะสามารถดำเนินการได้ แต่ถ้ามีงานที่มีความซับซ้อน ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจริง ๆ ก็จะต้องติดต่อบริษัทที่มีความชำนาญมาดำเนินการแทนในจุดนั้น</p> |
|  | <p>เห็นคำว่า Home อย่าเพิ่งตกใจว่า จบ IAM แล้วนอนอยู่บ้านเฉยๆนะ ไม่ใช่ ๆ ๆ หลักสูตร IAM นั้นได้ถ่ายทอดวิชาประสบการณ์ความรู้ ให้สามารถประกอบอาชีพอิสระ ไปปรับใช้หรือเป็นเจ้าของธุรกิจ โดยใช้ทักษะ กระบวนการคิด วิเคราะห์ ช่างสังเกต และการสร้างสิ่งใหม่</p>  |

#### 4.4 Story Telling ผู้ศึกษาได้ออกแบบเนื้อหาประเภทการเล่าเรื่องไว้ทั้งสิ้น 2 เนื้อหา ทั้งนี้จะยกตัวอย่างเพียง 1 เนื้อหาเท่านั้น ดังนี้

##### ตารางที่ 4 แสดงตัวอย่างเนื้อหาประเภทการเล่าเรื่อง

| เนื้อหาประเภทการเล่าเรื่อง  |
|---|
| <p>1260 Days of IAM ประสบการณ์ชีวิตมหาลัยกับ IAM</p> <p>ใช่ค่ะ คิดถึงคือได้ครอบหลังแอด ที่อยากจะเรียนคณะนิเทศเมื่อผลแอดมิชชั่นออกมาก็พบว่า คัด! นิเทศ แต่.. ต้องดันดันไปเรียนถึงที่ภาคเหนือ และหลังจากนั้นชีวิตก็ไม่เหมือนเดิมไปตลอดกาล เพราะ ที่บ้านอยากให้ไปกลับบ้าน ข้อเสนอนี้จึงเกิดขึ้น อยากเรียนเอกชนที่ไหนไปเลือกมาแล้วกัน เดี่ยวช่วยกันส่ง เอาละ!</p> <p>Day 1 หลังจากที่ได้เดินเข้าไปสมัครสาขาโฆษณาที่ ม.รังสิตเรียบร้อยแล้ว ที่เลือกสาขานี้ในตอนนั้นก็เพราะว่า อยากเป็นครีเอทีฟ ลองดูแล้วกันว่าไหวมั๊ย ถ้าไม่ไหวก็ย้ายสาขาได้ พอเข้าไปเรียนในเทอมแรกก็พบว่า สาขานี้ไม่ธรรมดาอะ! ในปีแรกเราได้เรียนทั้ง การตลาด กราฟฟิก ได้ Present งานแบบที่ไม่เหมือนที่เคยทำสมัยมัธยม ทุกอย่างดูเปิดกว้าง และทุกคนพร้อมจะรับฟังในสิ่งที่เราจะสื่อสารออกไป ไม่มีใครมองว่าเราแปลกแถมเรายังจัดตารางเรียนได้เองอีก นี่เลยจัดไปค่ะ เรียน 4 วันพอ ส่วนในเรื่องของรับน้องที่นี้ก็มีนะ แต่พี่ๆเค้าเคารพการตัดสินใจของพวกเรา ถ้าใครไม่สะดวกเข้าก็ไม่เป็นไรจ้า เพราะเราก็แทบไม่เข้าเหมือนกันเนื่องจากไม่ได้อยู่หอ ซึ่งทั้งเพื่อนๆพี่ๆก็เข้าใจ ไม่โดนแบน ถือว่าผ่านในเรื่องของสังคม</p> <p>Day 365 เข้าสู่ปีที่ 2 กับการเรียนโฆษณา ปีนี้บอกเลยว่าสนุกมากกก เพราะมีการเรียนวิชาสร้างสรรค์อย่างเต็มที่ได้อะไรที่ไม่เคยทำมาก่อน แล้วยังสนิทกับเพื่อนๆมากขึ้น งานไหนขนาดไหนก็สู้ไปด้วยกัน แม้จะเป็น งานเดี่ยว เพื่อนว่าสู้แล้ว อาจารย์ก็บอกว่าบ้านช่องไม่กลับ รอดตรวจงานทุกคนจนกว่าจะผ่าน ในปีนี้อยากให้ทุกคนที่กำลังจะเข้าเรียนสาขานี้บริหารจัดการเรื่องเวลาดี ๆ นะ เพราะเทอมนี้อาจารย์จะฝึกเราให้คิดงานเร็ว ถ้าอยากมีโอกาสได้คะแนน สู้! “สั่งวันนี้ พรุ่งนี้ต้องได้” นี้ก็บ้ออยากเอาชนะะ บ่นงาน คิดงานทั้งคืน จนแทบไม่มีเวลาให้วิชาอื่น การได้ A นี่มันนั่น อาจต้องแลกด้วย C วิชาอื่น ซึ่งไม่คืนะ อย่าทำแบบเรา 5555</p> <p>Day 730 ปี 3 แล้วจ้า เป็นปีแห่งการเลือกเสรี ตัวโท โด ๆ อยากเรียนอะไร? ไปสายไหนทางไหน? ปีนี้เลือกให้ดี เพราะเราสามารถลงเรียนวิชาต่างคณะ ต่างสาขาได้ (ยกเว้น แพทย์ เกษษ ใดคณะไหนยื่นก่อน)อยากรู้เรื่องอะไร สนใจเรื่องไหน สามารถเข้าไปถามที่คณะที่เปิดให้ลงเป็นเสรีได้มั๊ย ส่วนตัวโท ต้องอยู่ในคณะตัวเองเท่านั้นคือ ปีนี้ก็ชีว ๆ ได้เรียนอะไรที่ราสนใจ และมีเวลาไปหาที่ฝึกงานที่เหมาะสมกับตัวเองอีก</p> |





### เนื้อหาประเภทการเล่าเรื่อง

Day 1095 เริ่มต้นปีนี้ด้วยการฝึกงานจ้า เราฝึกงานที่นางแมวป่า บริษัทของคุณ โอปอล์ นั่นเอง ซึ่งเราเลือก ฝึก Digital Media online content ไม่น่าเชื่อว่า สิ่งนี้ IAM ให้เรานั้นจะทำให้ตอนเราไปฝึกงาน ไม่ลำบากพวกที่เค้าต้องสอนงานเลย เพราะทุกอย่างที่เราได้เรียนมาตั้งแต่ ปี1-ปี3 ทั้งหมดคือได้ใช้ในการทำงานจริง เราได้ทำงานจริง ๆ นี่กลับมา Present ฝึกงานด้วยความมั่นใจเกิน 100 ไม่กลัวอะไรเลยจ้า

สุดท้ายแล้ว วันนั้นวันที่ 1260 จากสาขาการโฆษณา ได้เปลี่ยนเป็น สาขานวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ ต้องบอกว่า รู้สึกเสียคล้ายเหมือนกันที่เพิ่งเปลี่ยนคอนเรก้าลังทำเล่มจบ เพราะเชื่อว่าน้อง ๆ รุ่นต่อไปจะได้อะไรมากกว่าที่เราได้แน่นอน ซึ่งที่เราได้ก็คือเยอะมาก ๆ แล้ว ตอนนี้อย่างใหม่ขึ้น เป็นสาขาที่เก๋ขึ้น แต่ไม่ว่าจะเป็น AD หรือ IAM ทั้งสองก็เป็นสาขาวิชาที่รวม ศาสตร์และศิลป์อย่างลงตัว และทุกทักษะที่ได้จากที่นี่ไป รับรองว่าต้องได้ใช้ในอนาคตอย่างแน่นอน

4.5 Share Content ผู้ศึกษาจะแชร์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาฯ จากเพจต่าง ๆ ได้แก่ AD Addict , Marketeer Online , Ads of the world

### 5. การทดสอบผลงาน

ผู้ศึกษาได้นำผลงานการสร้างสรรค์เนื้อหาไปทดสอบกับผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมายก่อนนำไปใช้งานจริง ดังนี้ ประเมินผลงาน โดยคุณวิภาณี ชีลัน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดด้วยเนื้อหาในสถานศึกษา 1 คน, กลุ่มเป้าหมายนักเรียนมัธยมศึกษา 5 คน ,กลุ่มเป้าหมายนักศึกษา 2 คน และกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการ 3 คน พบว่า 1. ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่าเนื้อหาภายในเพจ สามารถถ่ายทอดประเด็นหลักที่ผู้จัดทำต้องการจะสื่อสาร มีเนื้อหาครอบคลุม (ผลประเมินความน่าสนใจอยู่ในระดับ 4 จาก 5 คะแนน) 2. นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ทั้ง 5 คน เห็นตรงกันว่าได้รับประโยชน์จากคอนเทนต์ดังกล่าว และทำให้รู้จักสาขาวิชานวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ หรือ IAM มากขึ้น (ผลประเมินความน่าสนใจอยู่ในระดับ 4.6 จาก 5 คะแนน) 3. กลุ่มนักศึกษาให้ความเห็นว่า ออกทราบดีเพิ่มเติมเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร รวมถึงค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมระหว่างการเรียน ขึ้น (ผลประเมินความน่าสนใจอยู่ในระดับ 3.5 จาก 5 คะแนน) และ 4. กลุ่มผู้ประกอบการให้ความเห็นสอดคล้องกับกลุ่มนักศึกษา และอยากให้มีข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับความมั่นคงทางอาชีพและฐานเงินเดือนของสายอาชีพที่กล่าวไปในเนื้อหา (ผลประเมินความน่าสนใจอยู่ในระดับ 4.6 จาก 5 คะแนน)

### 6. อภิปรายผล

เนื้อหาที่น่าสนใจนั้นสามารถเข้าใจได้ในประเด็นที่ทำการสื่อสาร การให้ข้อมูลค่อนข้างครบถ้วน แต่ยังคงขาดในส่วนของการใช้จ่ายของหลักสูตร บรรยากาศในการเรียนการสอน โดยอาจเพิ่มเป็นวิดีโอสั้น หรือภาพถ่ายการเรียนการสอนที่สนุกสนาน ซึ่งจะสามารถสร้าง Passion ให้กับผู้ที่สนใจได้ ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายนักเรียน-นักศึกษาอยากให้อะไรในรายละเอียดการเรียนให้มากกว่านี้ และควรมีเกมส์ให้เล่น และกลุ่มผู้ประกอบการอยากให้ระบุถึงสายงานที่ทำได้เมื่อจบการศึกษา และฐานเงินเดือนให้ชัดเจน



## 7. สรุป

ผลงานการสร้างสรรค์การตลาดด้วยเนื้อหานี้ได้ให้ประโยชน์ ความรู้และมีความน่าสนใจซึ่งส่งผลให้สร้างการรับรู้เกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ หรือ IAM มากขึ้น และยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีตรงตามวัตถุประสงค์ ส่วนที่ต้องแก้ไข คือในส่วนของ Artwork ที่อาจจะมียุทธศาสตร์มากเกินไปทำให้ขาดความน่าสนใจ และยังขาดในเรื่องของภาพถ่าย วิดีโอ หรือภาพจากบรรยากาศในการเรียน การสอนจริงที่จะเป็นตัวสร้างความน่าสนใจของหลักสูตรดังกล่าวให้เพิ่มมากขึ้น ตามข้อมูลที่ได้จากการประเมินประสิทธิผลเบื้องต้นกับกลุ่มเป้าหมายก่อนนำไปเผยแพร่(Pre-Launch Test)

ในส่วนของ Artwork เนื่องจากการสร้างสรรค์ผลงานในครั้งนี้มีทีมงานไม่เพียงพอ ทำให้งานภาพประกอบส่วนใหญ่ต้องใช้การจำลอง(Mock up) แทน ทำให้ไม่สามารถนำเสนอแนวคิดได้เต็มที่

ทั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ ควรทำวิจัยเชิงประมาถเพื่อศึกษากลุ่มเป้าหมายก่อนการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อให้ได้ข้อมูลในการวางแผนผลิตผลงานที่ชัดเจนและครบถ้วน รวมถึงทำวิจัยเชิงประมาถเพื่อทดสอบประสิทธิผลของงานสร้างสรรค์หลังจากที่นำสื่อไปใช้งานแล้ว(Post-Launch Test)

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้ศึกษาขอขอบคุณ คุณวิภาณี ชีลัน เจ้าหน้าที่ฝ่ายสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยรังสิต ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตเนื้อหา ในสถานศึกษา ในการให้คำแนะนำสำหรับแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานในอนาคต และขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่เสียสละเวลาในการวิเคราะห์ประเมินผลงาน โครงการ และให้คำแนะนำเกี่ยวกับเนื้อหาที่ควรใส่เพิ่มเติมลงไป เพื่อนำไปพัฒนาผลงานในอนาคต

## 9. เอกสารอ้างอิง

กลยุทธ์ การตลาดในแข่งขันสำหรับธุรกิจสถานศึกษาเอกชน.[ออนไลน์].แหล่งที่มา

[http://www.tpa.or.th/writer/read\\_this\\_book\\_topic.php?bookID=1146&pageid=13&read=true&count=true](http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1146&pageid=13&read=true&count=true)

[2 ตุลาคม 2561].

การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) คืออะไร?. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.nipa.co.th/blog-detail/>

การตลาดออนไลน์-online-marketing- [2 ตุลาคม 2561].

การสร้าง CONTENT STRATEGY . [ออนไลน์].แหล่งที่มา <http://www.cgdigitalacademy.com/การสร้าง-content-strategy/>

[2 ตุลาคม 2561].

วฒนพงษ์ นิมสุวรรณและวีรพงษ์ พลนิกรกิจ.(2556). แนวคิดการใช้เครื่องมือสื่อสารในแฟนเพจบนเฟซบุ๊ก และทัศนคติ แรงจูงใจ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกดปุ่ม “ถูกใจ” ให้เครื่องมือสื่อสารในแฟนเพจบนเฟซบุ๊ก ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *Suranaree Journal of Social Science*. 7, 37-67. สืบค้นจาก

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/sjss/article/view/20221>.

สรุปทุกอย่างของ Content Marketing ที่คุณต้องอ่าน !! มันคืออะไร ทำไมต้องใช้ และตัวอย่างการทำแบบละเอียด.

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.growthbee.com/what-is-contentmarketing/> [2 ตุลาคม 2561].