

## สารบัญ

<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>	
	ความสำคัญและที่มาของเรื่องที่จะศึกษา	1
	วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
	ขอบเขตและวิธีการค้นคว้า	2
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
<b>บทที่ 2</b>	<b>ทำความเข้าใจกับเออีและครีเอทีฟ</b>	
	บทบาทและหน้าที่ของเออี	5
	บทบาทและหน้าที่ของครีเอทีฟ	7
<b>บทที่ 3</b>	<b>กว่าจะออกมาเป็นโฆษณา</b>	
	ขั้นตอนการรับbriefจากลูกค้า	12
	ตีโจทย์เพื่อหาสิ่งที่จะพูดออกไป ( What to say or Message )	12
	กลเม็ดในการนำเสนอให้โดนใจ ( How to say or Execution )	15
	ขบวนการครีเอทีฟ ไดเรคเตอร์ ( Creative Director ) ก่อนจะขบวนการให้กับลูกค้า	16
	ครีเอทีฟกับฝ่ายโปรดักชั่น และการออกอากาศ ( ON AIR )	16
<b>บทที่ 4</b>	<b>เคล็ดลับในการนำเสนอไอเดีย จากครีเอทีฟ แห่งลีโอบอร์เนท</b>	
	กลวิธีการสร้างสรรค์งานและตัวอย่างการนำเสนอไอเดียจากคุณ อุดุลวิทย์ ชวาลา	20
	สินค้า รถยนต์ เชฟโรเลต ออฟทรา	
	กลวิธีการสร้างสรรค์งานและตัวอย่างการนำเสนอไอเดียจากคุณ อรยา เสถียรปภิรมกร	25
	สินค้า แมคโดนัลด์, SK II, Yomost Green Apple	
<b>บทที่ 5</b>	<b>บทสรุปและข้อเสนอแนะ</b>	29
ภาคผนวก		32