

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ
คำนำ

ก
ข

บทที่ 1 บทนำ

- ที่มาและความสำคัญของเรื่องที่ศึกษา 1
- วัตถุประสงค์ในการศึกษา 3
- ขอบเขตการศึกษา 3
- สถานที่และระยะเวลาในการศึกษา 3
- วิธีการศึกษา 4
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4

บทที่ 2 นักเขียนคำโฆษณา (COPYWRITER) บทบาทหนึ่งที่ขาดไม่ได้ ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา

- ใครคือนักเขียนคำโฆษณา 5
- บทบาทหน้าที่ของนักเขียนคำโฆษณา 6
- ลักษณะที่ควรมีในตัวนักเขียนคำโฆษณา 7
- ข้อจำกัดในการทำงานของนักเขียนคำโฆษณา 8
- สิ่งที่ต้องรู้ก่อนลงมือเขียนคำโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ 10

บทที่ 3 นักเขียนคำโฆษณาติดงานกันอย่างไร

- การกำหนดวัตถุประสงค์/เป้าหมายการโฆษณา (Advertising objective/Advertising Goal) 20
- การกำหนดกลยุทธ์ในการโฆษณา (Advertising Strategy) 21
- แนวความคิด (Concept) หัวใจหลักของงานโฆษณา 22
- โครงร่างความคิดในการเขียนคำหรือข้อความโฆษณา (Copy Platform) 24
- การเลือกจุดจับใจ (The Search for The Appeal) 26
- การพัฒนาแนวความคิดสู่โครงสร้างของเรื่องราว (Presentation) 30

บทที่ 4 เทคนิคการเขียนคำโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์

- พาดหัว 32
- พาดหัวรอง 37
- คำหรือข้อความโฆษณา 39
- คำขวัญ 46
- ชื่อยี่ห้อสินค้า 48
- คำบรรยายได้ภาพ 48
- เทคนิคการประเมินผลโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ 49
- 19 วิธีการปรับปรุงการเขียนคำโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ 49

บทที่ 5 PORTFOLIO FOR COPYWRITER

- ความหมายของ PORTFOLIO 52
- ความสำคัญของ PORTFOLIO 53
- ตัวอย่าง PORTFOLIO ของผู้เขียน 54

บทสรุปและข้อเสนอแนะ 55
บรรณานุกรม 57

สำนักหอสมุด