

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทที่ 1 บทนำ	
- ที่มาและความสำคัญของเรื่องที่ศึกษา	1
- วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
- ขอบเขตของการศึกษา	2
- วิธีการศึกษา	2
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 สิ่งที่ต้องศึกษาก่อนสร้างงานโฆษณา	
- คุณลักษณะเด่นของสินค้า (The Unique Advantage)	4
- การวิเคราะห์แยกส่วน (The Spectrum Analysis)	6
บทที่ 3 งานโฆษณากับความคิดสร้างสรรค์	
- กระบวนการสร้างสรรค์ความคิด	12
- เทคนิคการสร้างสรรค์ความคิด	13
- เรียนรู้วิธีการรวมความคิดเข้าด้วยกัน	17
บทที่ 4 ความง่าย องค์ประกอบสำคัญของงานโฆษณาคุณภาพ	
- ลักษณะของงานโฆษณาแบบง่าย	22
- รูปแบบของโฆษณาแบบง่าย	23
- กระบวนการสร้างสรรค์โฆษณาแบบง่าย	24

- โฆษณาแบบง่ายในมุมมองของนักสร้างสรรค์	25
- ลักษณะและคุณสมบัติของงานโฆษณาสร้างสรรค์	30
- แนวทางการตรวจสอบชิ้นงานโฆษณา	36
- ลักษณะโฆษณาที่ไม่สร้างสรรค์	39
บทที่ 5 ตัวอย่างงานโฆษณาแบบง่าย	
- ผลงานโฆษณาของประเทศไทย	42
- ผลงานโฆษณาของต่างประเทศ	47
บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	54
บรรณานุกรม	57
ภาคผนวก	

สำนักหอสมุด