

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวางแผนการรณรงค์การสร้างสร้งงานโฆษณาสินค้าแบรนด์...ซูปโก้สกัด ซึ่งสารนิพนธ์ฉบับนี้ได้จัดแบ่งเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 : การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด การวางแผนโฆษณาที่ผ่านมาของแบรนด์...ซูปโก้สกัด ส่วนแบ่งทางการตลาด กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด คู่แข่งขันทางการตลาด วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การวางแผนตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาด การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

ส่วนที่ 2 : แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ซึ่งแนวคิดที่นำมาอ้างอิง คือ แนวคิดการรับผิดชอบต่อองค์กรธุรกิจ (CSR ; Corporate Social Responsibility), แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC ; Integrated Marketing Communication), แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพพจน์ (Image Building) และแนวคิดเกี่ยวกับคุณธรรม

ส่วนที่ 3 : การวางแผนกลยุทธ์และกลวิธีทางการตลาด ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่สุดของการวางแผนรณรงค์โฆษณา เพราะเป็นส่วนที่นำไปปฏิบัติจริงตามแผน โดยเริ่มจาก การวางแผนการสร้างสร้งงานโฆษณา แผนการใช้สื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร สื่อกลางแจ้ง และสื่อพิเศษ

ส่วนที่ 4 : สื่อที่ใช้ในการโฆษณา ที่นำเสนอออกผ่านสื่อต่างๆ คือ ภาพยนตร์โฆษณา 3 ชุด ได้แก่ ช่วยเด็กพลัดหลงจากแม่, ช่วยหญิงชรา, ช่วยแมวตกน้ำ , สื่อ นิตยสาร 2 ชุด, สื่อกลางแจ้ง 1 ตัว สื่อสนับสนุนกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์และสื่อพิเศษป้ายติดรถ, พัด, ธงญี่ปุ่น, และสมุดโน้ต ภายใต้คอนเซ็ปต์ “คนรุ่นใหม่ คิดเร็วทำดี” และงบประมาณที่ใช้ทั้งหมด 63 ล้านบาท เป็นระยะเวลา 1 ปี

ส่วนที่ 5 : ว่าด้วยปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ ในการทำสารนิพนธ์และการฝึกงานที่เกิดขึ้น