

หลักสูตร Advertising Design & Creative Thinking

ภาพรวม

หลักสูตรสำหรับผู้ต้องการเป็นนักสร้างสรรค์งานโฆษณา (Advertising Design) โดยเรียนรู้ตั้งแต่พื้นฐาน การกำหนดแนวคิด (Design Concept) ในการออกแบบโฆษณา ให้มีความโดดเด่นแตกต่าง และสามารถ สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ทดลอง ศึกษาด้านองค์ประกอบศิลป์ สำหรับการโฆษณา เช่น การใช้ภาพประกอบ, การจัดรูปแบบตัวอักษร, การจัดวางหน้า และการออกแบบ Brand Identity ในหลักสูตร จะมีการหยิบยก Case Studies มาวิเคราะห์แบบเจาะลึก ตลอดจนทดลองปฏิบัติงานจริงในการออกแบบ โฆษณา ภายใต้คำแนะนำของวิทยากรมืออาชีพ

ระยะเวลาที่ใช้ในการเรียน หลักสูตร 12 ชั่วโมง เรียนทั้งสิ้น 4 ครั้ง (ครั้งละ 3 ชั่วโมง)

พื้นฐานผู้เรียน Windows

โปรแกรมที่ใช้ -

เหมาะสำหรับ ผู้ต้องการเป็น Creative , Art Director หรือต้องการสร้างสรรค์งานโฆษณาให้องค์กร

วิทยากร อาจารย์ ปกรณ์ นุญพงษ์

การศึกษา:

ปริญญาตรี Creative Media ที่มหาวิทยาลัย Middlesex University , London, UK

ปริญญาโท Filmmaking ที่มหาวิทยาลัย Greenwich University, London, UK

ผลงาน

2011 - อาจารย์ร่วมก่อตั้งคณะ फिल्म ราชภัฏสวนสุนันทา Sisa และสอนวิชา Film History

2012 - Iconic Records กำกับ MV ของคุณ โดม ปกรณ์ ลัม

2014 - TVC American Eagles

2016 - ละคร เจ้าเวหา เป็นผู้ช่วยผู้กำกับ

ปัจจุบัน

Freelance Director and Biker

Advertising Design & Creative Thinking	
ครั้งที่ 1	<p>Intro to Advertising & Creative Thinking Intro to Advertising & Creative Thinking</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ภาพรวมของการออกแบบงานโฆษณาประเภทต่างๆ ● การแบ่งการทำงานของบริษัท Advertising Agency ● ประเภทและคุณสมบัติของสื่อแต่ละชนิด ● การรับโจทย์จากลูกค้า และการวิเคราะห์โจทย์ ● วิธีการคิดแบบ Creative คิดอย่างไรให้แตกต่าง <p>Work Shop 1 :: วิเคราะห์งานออกแบบโฆษณาร่วมกันภายในห้องเรียน</p>
ครั้งที่ 2	<p>Concept Design for Advertising Media การกำหนดแนวคิดในการออกแบบ Concept Design for Advertising Media การกำหนดแนวคิดในการออกแบบ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การหาแนวทางหลัก (BIG Idea) ● การ Sketch งานเพื่อหาแนวทางการออกแบบที่ดีที่สุด <p>Work Shop 2 :: ทดลองกำหนดแนวคิดในการออกแบบสื่อโฆษณาของตัวเอง</p>
ครั้งที่ 3	<p>Perception and Brand Communication Perception and Brand Communication</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การออกแบบ และกำหนด Brand Identity ● จิตวิทยาของสี , อารมณ์ และการสร้างบุคลิกภาพให้ Brand ● การนำ Corporate Identity ไปใช้งานจริง ● ให้ผู้เข้าอบรมลองปฏิบัติงานจริง (Work Shop 2) * <p>Work Shop 3 :: ทดลองออกแบบ Corporate Identity</p>
ครั้งที่ 4	<p>Design Elements & Art Direction in Advertising Design Elements & Art Direction in Advertising และ State of the Advertising Art State of the Advertising Art</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ทฤษฎีการใช้สี และการจัดองค์ประกอบในงานโฆษณา ● การเขียนข้อความโฆษณา และการจัดวางรูปแบบ (Copywriting and Typography) ● การใช้ภาพประกอบเพื่อการโฆษณา (Illustration & Art Direction) ● การเลือกใช้ภาพถ่ายในงานโฆษณา <p>Work Shop 4 :: ทดลองจัดวางองค์ประกอบของงานโฆษณาสิ่งพิมพ์ กรณีศึกษา (Case Studies) ด้านการออกแบบ โฆษณาจากประสบการณ์ของวิทยากร การนำเสนองานโฆษณา (Presentation)</p> <p>Work Shop 5 :: นำผลงานของตนเองมานำเสนอหน้าห้อง และรับข้อติชมจากวิทยากร</p>
**Course Outline อาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมของนักเรียนในคอร์สนั้นๆ โดยมีต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า	