

## 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 14 ชั่วโมง เรียนทั้งสิ้น 4 ครั้ง ( ครั้งละ 3 ชั่วโมงครึ่ง )

**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

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