

AAAM2304

# Event & Marketing

การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม



การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

Event Marketing Communication

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวิล ศรีจินตา



AAM2304-58742

## การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

0.0 ☆☆☆☆☆ (0)

แนวคิด ความหมาย ความสำคัญ ความเป็นมา รูปแบบ องค์ประกอบ และกระบวนการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงานสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

รายละเอียด

โครงสร้าง

ปีการศึกษา

2568/2

กลุ่มการเรียน

กลุ่มเรียน201นักศึกษาภาคปกตวิวิทยาลัย  
นิเทศศาสตร์

วันเปิดคลาสเรียน

1 ธ.ค. 2568

วันปิดคลาสเรียน

10 เม.ย. 2569

อาจารย์ผู้สอน

รศ.ดร.ประกายภาวิลา ศรีจินดา



หัวข้อเรียน: บทนำ แนวคิดและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม (3 ธ.ค. 2568, 14:00)

เข้าเรียน

ผลการเรียน

ประกอบด้วย

📄 17 หัวข้อ

# STRATEGIC Event Planning

การวางกลยุทธ์ในการวางแผน  
การทำการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม  
เป็นหัวใจหลักของการทำ Event

เป็นกรอบความคิดให้ฝ่ายสร้างสรรค์ หรือ Creative  
ได้พุ่งแบบมีทิศทาง



## Learning Goal

หลังจบชั่วโมงนี้ นักศึกษาจะเข้าใจว่า

1. การจัด Event Marketing ไม่ใช่ “จัดงาน” แต่คือ  
การทำงานของทีมกลยุทธ์
2. รู้จักบทบาทอาชีพใน Event Industry
3. เห็นความเชื่อมโยงระหว่าง  
Strategy – Creative – Operation

บุคลากร

การสื่อสารการตลาด

เชิง กิจกรรม

Event Marketing

**Event Team**

**Mapping**

# “Event Team Mapping – ใครทำอะไรในงานนี้?”



[https://youtu.be/nezg853ey\\_k?si=xD\\_2H2p06xn8HCzA](https://youtu.be/nezg853ey_k?si=xD_2H2p06xn8HCzA)

**“Event Team Mapping – ใครทำอะไรในงานนี้?”**

“ถ้าการจัดงานนี้ มีคนทำงาน 100 คน  
คิดว่ามีคนทำงานที่ประเภท?”

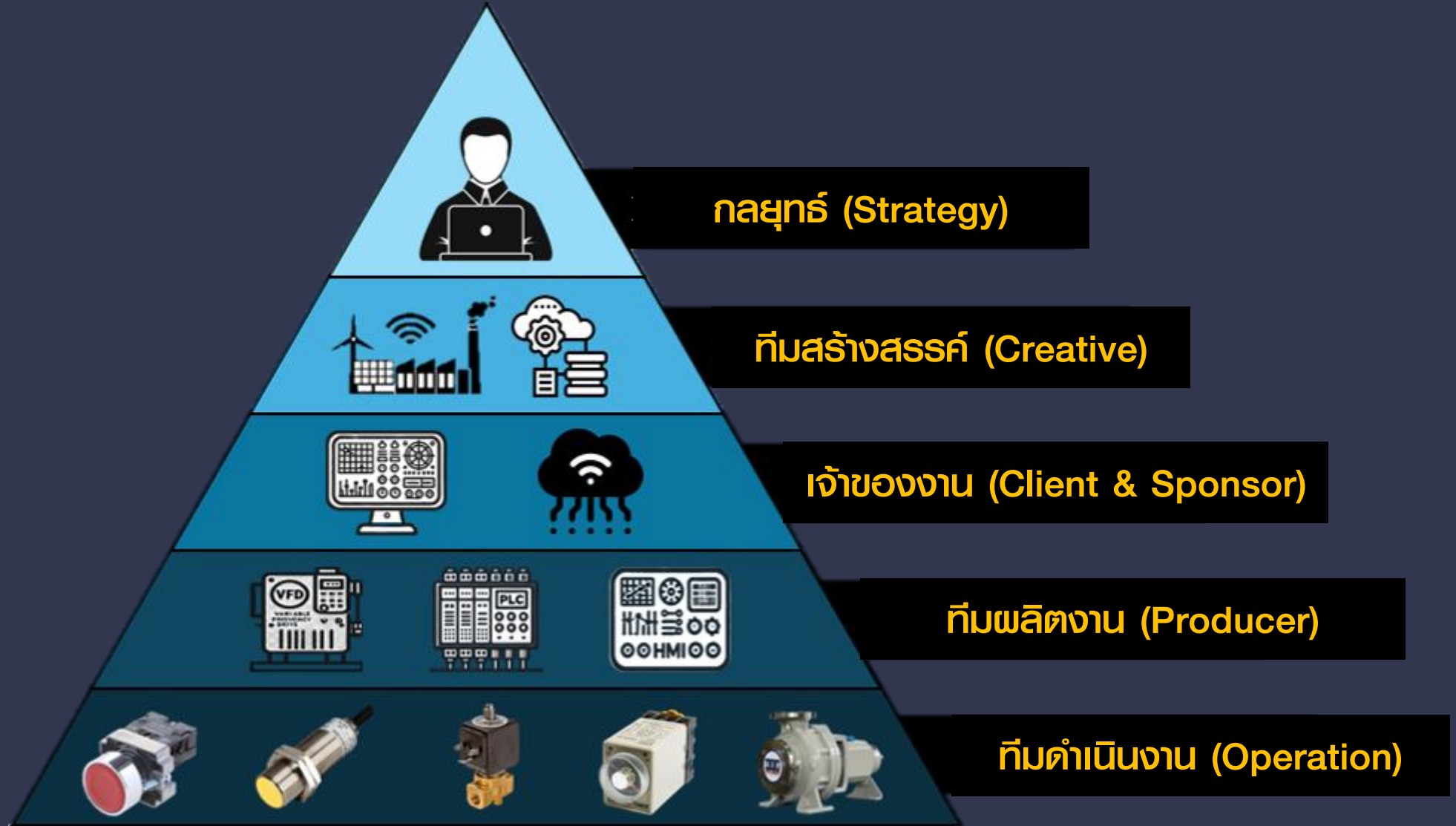
โครงสร้างอุตสาหกรรม

# Event Marketing

5

ระบุคุณค่า

# โครงสร้างอุตสาหกรรม Event



# โครงสร้างอุตสาหกรรม

Layer	ตำแหน่งหน้าที่
Strategy	
Creative	
Client & Sponsor	
Production	
Operation	

จาก Worksheet ที่แจกให้  
ให้นักศึกษาระดมความเห็น  
เกี่ยวกับตำแหน่งหน้าที่  
ของพนักงาน Event Marketing  
ในแต่ละ Layer



Event งานหนึ่งไม่ใช่คนเดียว แต่คือ ecosystem

บุคลากร

การสื่อสารการตลาด

เชิง กิจกรรม

Event Marketing



Strategy

1

Account

Director



Strategy

1

# Project Manager

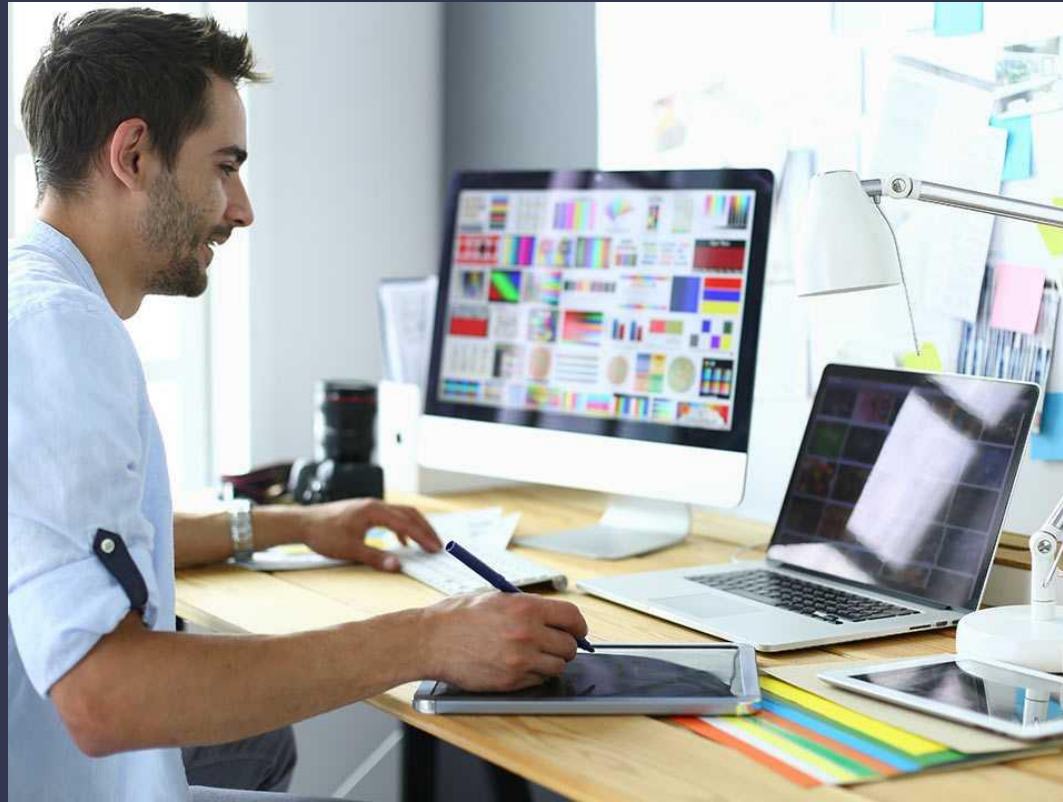
Creative



2

Creative  
Director

**Creative**



2

**Designer**

**Client & Sponsor**



3

**Brand**  
**Manager**

**Client & Sponsor**



3

**Marketing**

**Production**



4

**Producer**

**Production**

4



**Stage**

**Production**



4

**Light & Sound**



Operation

5

# Assistant Project Manager

Operation



5

Co-ordinator

Operation



5

Registration

Operation

5



Staff

Operation

5



MC Staff

MC

**You are**  
**an Event Agency**

**“You are an Event Agency”**

## Scenario

ลูกค้า : แบรินด์เครื่องดื่ม

ต้องการจัด Event เปิดตัวสินค้าใหม่

ในมหาวิทยาลัย



# SPECIAL EDITION



กรีนทีฝรั่งบุกบุก  
Guava Premium Green Tea Konjac Pearl

65.-

ชาไทยน้ำตาลโดนดิวชีส  
Thai Tea Palm Sugar with Whipped Cheese

65.-

ชาเขียวน้ำตาลโดนดิวชีส  
Green Tea Palm Sugar with Whipped Cheese

65.-



# “You are an Event Agency”

## แบ่งบทบาทในกลุ่ม

นักศึกษา	รับบท
คนที่ 1	Client (ลูกค้า ฆาตรามือ)
คนที่ 2	Event Planner
คนที่ 3	Creative
คนที่ 4	Production
คนที่ 5	Marketing / Sponsor

# “You are an Event Agency”

ภารกิจ 30 นาที ให้ตอบ 5 คำถามนี้

1. งานนี้จัดเพื่ออะไร (วัตถุประสงค์)
2. ใครคือกลุ่มเป้าหมาย Target
3. กิจกรรมหลักในงาน
4. ใครในทีมรับผิดชอบอะไรบ้าง

**“You are an Event Agency”**

Present 5 นาทีต่อกลุ่ม

ไม่เน้นสวย แต่เน้นว่า **“ใครพูดเรื่องอะไร”**

## Strategic Event Planning

= การจัดการคน + ความคิด + ความจริง

AAAM2304

# Event & Marketing

การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม



การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

Event Marketing Communication

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวิล ศรีจินตา