ชื่อรายงานวิชาการ	การผลิตสื่อเพื่อการตลาด กรณีศึกษา บริษัท 14 ออโตโมทีฟ จำกัด PRODUCTION OF MARKETING MEDIA CASE STUY : 14 AUTOMOTIVE COMPANY CO,LTD.
ชื่อนักศึกษา	นางสาวณัฐกานต์ สายคำยศ
รหัสนักศึกษา	65709065
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงาน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นปินันธ์ จ่าดา
ปีการศึกษา	2566

บทคัดย่อ

การจัดการดำเนินงานของบริษัท 14 ออโตโมทีฟ จำกัด ในส่วนการผลิตสื่อเพื่อการตลาดของฝ่ายขาย การสร้างสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพและเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า เน้นการวางแผนและควบคุมกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การผลิตเพื่อการตลาดไม่ได้มีแค่ด้านการผลิตเท่านั้น ยังมีด้านการตลาดและการโฆษณาที่ต้องให้ความสำคัญเช่นกัน โดยการสร้างและส่งเสริมสินค้าให้เข้าถึงกับกลุ่มลูกค้าตามเป้าหมายให้ได้ด้วยวิธีที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของเรามีความเป็นที่ยอมรับและตอบสนองความต้องการของตลาดให้ได้อย่างเหมาะสมและเป็นไปตามเป้าหมายทางธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการผลิตสื่อเพื่อการตลาด
2. เพื่อศึกษารูปแบบในการผลิตสื่อเพื่อการตลาด
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการผลิตสื่อเพื่อการตลาด

ผลการศึกษา

การผลิตสื่อเพื่อการตลาดภายในองค์กรฝ่ายขาย ครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาการทำงานและวิเคราะห์ปัญหาของงานแต่ละขั้นตอนและได้ดำเนินการสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อการจัดทำด้านการทำสื่อโฆษณาภายในของบริษัท 14 โอโตโมทีฟ จำกัด

SPU CHONBURI