

O

Offset printing : การพิมพ์ระบบออฟเซต บางครั้งเรียกว่า Offset Lithography

Off camera : เป็นคำเฉพาะที่ใช้ในวงการทีวี ซึ่งใช้เมื่อมีการออกอากาศ (ลงมือแสดง)

Off-screen announcer : การโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีแต่เสียงพูดเท่านั้น มิได้แสดงให้เห็นตัวผู้พูดเลย

100 Showing : การนำป้ายโฆษณาสินค้าต่าง ๆ ที่มีขนาดมาตรฐานมาแสดงสู่ประชาชน และผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการตลาดเป็นระยะเวลา 30 วัน

One-colour scheme : การเลือกชุดสีที่มีสีหลักเพียงสีเดียว เช่น น้ำเงิน น้ำเงินอมม่วง น้ำเงินอมเขียว

One-stop shopping : พฤติกรรมในการซื้อสินค้าที่เดียวของลูกค้าที่ผู้ทำโฆษณาสามารถนำมาใช้เป็นหลักพิจารณาวางแผนโฆษณาได้

One-time rate : อัตราโฆษณาที่สูงที่สุดที่ไม่ได้ให้สิทธิพิเศษเกี่ยวกับส่วนลดใด ๆ

One-time shot : การออกโฆษณาในรายการวิทยุหรือโทรทัศน์ โดยออกรายการเพียงครั้งเดียว

O & O station : คือ สถานีซึ่งดำเนินงานและเป็นกิจการของเครือข่าย (Network) ใดข่ายงานหนึ่ง (ดู network)

Open-end : พิล์มภาพยนตร์หรือเทปโทรทัศน์ซึ่งได้บันทึกรายการไว้แล้ว แต่ส่วนที่เป็นส่วนสำหรับการโฆษณาได้เว้นว่างไว้เพื่อที่จะให้ผู้โฆษณาในแต่ละท้องถิ่นต่อเติมโฆษณาลงในภายหลัง

Open rate : อัตราค่าโฆษณาที่ส่วนลดจะขึ้นอยู่กับปริมาณและความถี่ ผันแปรไปตามจำนวนเนื้อที่หรือความถี่ในการพิมพ์โฆษณา

Opticals : การเล่นแสง กรรมวิธีหนึ่งเพื่อให้ได้ผลทางด้านภาพ เช่น ให้มีการค่อยๆ เลื่อนจางหายไป ซึ่งจะใช้เกี่ยวกับในการทำฟิล์มโทรทัศน์หรือในการแพร่ภาพโทรทัศน์สด

Open back window : ตู้โชว์สินค้าแบบเปิดด้านหลังโล่ง เพื่อให้ผู้คนที่เดินผ่านมองเห็นสินค้าภายในร้านได้อย่างชัดเจน

Open-end diary : สมุดบันทึกประจำวัน ซึ่งนำมาใช้ในการวิจัยทางด้านการกระจายเสียง (Broadcast Research) หรือสื่อโฆษณาซึ่งภายในสมุดบันทึกดังกล่าวนี้จะไม่มีการระบุช่วงเวลาไว้ล่วงหน้า แต่จะปล่อยให้ผู้จดบันทึกเป็นผู้ระบุเวลาที่เขาเปิดวิทยุหรือโทรทัศน์เอาเอง ซึ่งผู้จดบันทึกจะถูกร้องขอให้ระบุสถานที่เปิดรายการที่รับฟังผู้ชม จำนวนผู้ฟัง ผู้ชมตลอดจนเวลาที่ปิดเครื่องรับ สมุดจดบันทึกประจำวันแบบนี้แตกต่างจากสมุดจดบันทึกธรรมดาที่มีการระบุเวลาและรายการไว้แล้ว และให้ผู้ที่เป็นตัวอย่างกรอรายละเอียดลงไป

Open displays : การจัดแสดงสินค้าแบบเปิด คือ การนำสินค้าวางไว้ให้ลูกค้าสามารถสัมผัส เลือกซื้อได้อย่างใกล้ชิด เช่น การจัดแสดงในห้างสรรพสินค้า (Department store) หรือร้านสรรพอาหาร (Supermarket) ขนาดใหญ่

Open-end question : คำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้ตอบอย่างอิสระหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่โดยไม่มีการจำกัดคำตอบ

Open-ended questionnaire : เป็นการออกแบบสอบถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างเสรี โดยการเว้นช่องว่างไว้ให้เขียนแสดงความคิดเห็น

Open-end transcription : รายการที่ได้ทำการบันทึกไว้เรียบร้อยแล้ว แต่ก็ยังเปิดโอกาสให้ผู้โฆษณาในแต่ละท้องถิ่นสามารถสอดแทรกโฆษณาของตนลงมาได้ตลอดโปรแกรม

Open windows : ตู้โชว์สินค้าที่เป็นกระจกใส สามารถให้ผู้ผ่านไปมามองเห็นสินค้าภายในร้านได้

Opportunity for Cross Advertising : โอกาสที่จะสร้างความเกี่ยวพันและการทำโฆษณาร่วมกันของสินค้าที่ต่างกัน แต่มาจากผู้ผลิตรายเดียวกัน

Optical center : จุดสายตาของผู้บริโภคที่ตกลงบนชิ้นงานโฆษณา จากส่วนประกอบหลายๆ ส่วนที่จัดวางกระจายอยู่ ปกติจุดสายตานี้จะตกอยู่ประมาณ $\frac{5}{8}$ จากส่วนล่างของหน้ากระดาษ

Optical sound negative : फिल्मใสที่ใช้บันทึกเสียงโดยเฉพาะ เป็นเส้นเสียงสีดำ ใช้เป็นต้นฉบับเสียงในการทำ Combined print (คือฟิล์มพิมพ์ที่ตัดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว มีเส้นเสียงเรียบร้อยพร้อมที่จะฉายได้ทันที)

Optical weight : น้ำหนักทางสายตา เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของงานด้านการโฆษณา เช่น ในด้านการจัดแสดงสินค้า ซึ่งต้องคำนึงถึงความสมดุล (Balance) ทางด้านของน้ำหนักทางสายตาในการมองเห็น

Optimum frequency media : การซื้อสื่อด้วยความถี่สูงสุดอย่างเหมาะสม

Oral presentation : การนำเสนองานโฆษณาแก่ลูกค้าด้วยการอธิบายด้วยวาจา

Original artwork : งานศิลป์ขั้นที่เป็นต้นฉบับของแท้

Optical center : จุดกึ่งกลางที่ตาจับภาพโฆษณา ซึ่งจะต้องได้น้ำหนักสมดุล

Optimum reach media : การซื้อสื่อให้เข้าถึงมากที่สุดตามความเหมาะสม

Order of merit : เป็นวิธีการหนึ่งในการประเมินผลโฆษณา ด้วยการทดสอบความคิดเห็นของกลุ่ม โดยนำชิ้นงานโฆษณาที่กำลังจะนำออกใช้ (ทางสิ่งพิมพ์) สองชิ้น หรือมากกว่านั้นมาให้กลุ่มตัวอย่างจัดเรียงลำดับจากดีที่สุดมาจนถึงด้อยที่สุด

Outdoor advertising : เป็นสื่อโฆษณาชนิดหนึ่ง ซึ่งได้แก่แผ่นพิมพ์โปสเตอร์ (Printed Poster) แผ่นภาพที่เขียนหรือวาดขึ้น (Painted Displays) และสื่อที่ใช้ไฟฟ้า (Electric spectaculars) เช่น หลอดนีออนโฆษณา สื่อโฆษณาเหล่านี้บางครั้งก็มีชื่อเรียกกันว่าเป็นสื่อโฆษณากลางแจ้ง ซึ่งสื่อดังกล่าวจะถูกนำไปติดตั้งยังบริเวณที่มีการสัญจรหรือบริเวณที่มีผู้คนเดินไปมาพลุกพล่าน ทั้งนี้เพื่อการพบเห็นของบุคคลเหล่านั้น

Out-of-home media : คือ สื่อโฆษณาซึ่งสามารถเข้าถึงผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคเหล่านั้น มีได้อยู่ในบ้าน สื่อเหล่านี้ ได้แก่ สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor) สื่อโฆษณาที่ติดตั้งกับยานพาหนะต่าง ๆ (Transit) และสื่อโฆษณาที่ติดตั้ง ณ จุดซื้อ (Point-of-Purchase) สื่อเหล่านี้ตรงกันข้ามกับ In-home media ซึ่งได้แก่ สื่อโฆษณาประเภท สิ่งตีพิมพ์และสื่อกระจายเสียง

Out of register : เป็นข้อบกพร่องทางการพิมพ์ อันเกิดจากเพลทที่ใช้พิมพ์หรือต้นแบบที่ได้กำหนดชั้นเคลือบเคลื่อนออกไปจากพื้นที่ที่ต้องการจะพิมพ์ลง ทำให้สิ่งพิมพ์ที่สำเร็จขึ้นไม่ชัดเจนขาดความสวยงามหรือมีการป็นกายเนื้อที่กัน

Outsert : ชิ้นส่วนสิ่งตีพิมพ์ที่ติดอยู่หรือหนีบไว้กับด้านนอกของหีบห่อ

Outside vehicle advertising : เป็นการโฆษณาโดยการนำป้ายโฆษณามาติดภายนอกรถ อาจเป็นด้านซ้าย ขวา หรือส่วนท้ายของรถ โดยใช้วัสดุต่างๆ กัน เช่น ไม้ สังกะสี อลูมิเนียม พลาสติก ฯลฯ

Outstanding displays : การจัดแสดงสินค้าที่มีความเด่น

Overlapping circulation : เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเมื่อโฆษณาที่ได้ออกเผยแพร่ไปในสิ่งพิมพ์ ที่มีจำนวนมากกว่า 2 ชิ้นขึ้นไป เกิดไปเข้าถึงผู้อ่านคนเดียวกัน

Overshadowed : ลักษณะที่โฆษณา (โดยเฉพาะในสิ่งพิมพ์) ซึ่งถูกบดบังโดยเนื้อหาส่วนอื่นในสิ่งพิมพ์ที่อยู่ใกล้เคียง ทั้งนี้เพราะโฆษณานั้นขาดคุณสมบัติในการชักจูงสายตา

Overrun : เป็นการพิมพ์ชิ้นงานโฆษณาเกินกว่าจำนวนที่ได้รับคำสั่งให้ดำเนินการ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสำรองชิ้นงานโฆษณาเอาไว้ เมื่อเกิดกรณีที่ชิ้นงานโฆษณาที่กำลังพิมพ์อยู่ไม่ครบจำนวนหรือมีความเสียหายเกิดขึ้น ก็จะได้นำเอาส่วนที่สำรองเอาไว้มาทดแทนให้ครบตามจำนวนที่สั่งได้