S

Saddle stitching : วิธีของการเข้าปกหนังสือหรือนิตยสารโดยมีรอยเย็บตรงกลางเล่ม

Sales-area test : การทดสอบปฏิกิริยาการตอบสนองการขายที่มีผลมาจากการโฆษณาในอาณาบริเวณนั้น เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดแผนการขยายการโฆษณาให้กว้างขวางออกไป

Sales Analysis : การวิเคราะห์การขาย

Sales forecast : การพยากรณ์การขายสำหรับช่วงเวลาหนึ่งในอนาคต ภายใต้แผนการตลาดที่ได้กำหนดไว้แล้วและภายใต้ข้อสมมติต่าง ๆ ที่คงที่

Sales letter : จดหมายเสนอขายสินค้า เป็นรูปแบบหนึ่งของสื่อโฆษณาส่งตรงทางไปรษณีย์

Sales manager : ผู้จัดการฝ่ายขาย ผู้บริหาร ผู้ซึ่งวางแผนสั่งการและควบคุมกิจกรรมของพนักงานขาย

Sales potential : โอกาสขายสูงสุดของสินค้าหรือของบริษัทใดบริษัทหนึ่งภายในตลาดและช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งโดยเฉพาะ

Sales promotion : ความพยายามเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแลกเปลี่ยน การแจกของตัวอย่าง การแถม การรับประกัน เป็นต้น ความพยายามเพื่อส่งเสริมการขายเป็นตัวประสมตัวหนึ่งในตลาดประสม (Marketing Mix) ที่มีส่วนสำคัญตัวหนึ่งที่สามารถทำให้วัตถุประสงค์ทางการตลาดบรรลุความสำเร็จได้ อย่างไร

ก็ตามความพยายามเพื่อส่งเสริมการขายนี้ มักจะมีความสัมพันธ์กับการโฆษณาอยู่ตลอดเวลา

Sample : ตัวอย่าง 1) ตัวแทนจากจำนวนประชากรทั้งหมดหรือจากสิ่งทั้งหมด ที่มีคุณสมบัติสามารถเป็นตัวแทนของประชากรดังกล่าว โดยให้มีระดับความผิดพลาดน้อยที่สุด (ดูความหมายจากคำ Probability sample, Quota sample, Random sample)

2) สินค้าที่ส่งไปให้ผู้ที่จะเป็นลูกค้า โดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย (ฟรี) เพื่อจูงใจให้เกิดความสนใจในสินค้านั้นขึ้น

Sampling error : 1. ข้อผิดพลาดที่เกิดจากการสุ่มตัวอย่าง

2. ระดับที่ตัวอย่างแตกต่างจากผลที่จะได้รับจากสำมะโนประชากร (Census) ทั้งหมด

Scatter plan : ตารางการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ (ผู้โฆษณา) ทำการโฆษณาในรายการต่าง ๆ ของโทรทัศน์แบบข่ายงาน ซึ่งเป็นการเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยมากกว่าที่จะเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ (sponsor) โดยเอกเทศ

Schedule : 1) รายชื่อของสื่อโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สถานีวิทยุ และข่ายงานที่ถูกเลือกขึ้นมาเพื่อใช้ในการรณรงค์โฆษณาครั้งหนึ่ง ๆ

2) รายการของการโฆษณาของบริษัทที่รวมอยู่ในสื่อโฆษณาประเภทหนึ่งภายในช่วงเวลาหนึ่งโดยเฉพาะ

3) รายการแสดงวันเดือนปีของรายการที่ออกอากาศโดยสถานีหนึ่ง

4) แบบของคำถามและคำตอบที่ผู้สัมภาษณ์กรอกข้อความลงไป หรือกรอกโดยผู้ตอบในการสัมภาษณ์

Script : 1) บทที่เขียนขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการกระจายเสียงรายการหรือภาพยนตร์

2) การจำแนกแบบอย่างที่จำแนกโดยอาศัยความคล้ายคลึงกับลายมือ

Secondary data : ข้อมูลทุติยภูมิ หรือข้อมูลที่มีผู้เรียบเรียงรวบรวมไว้เรียบร้อยแล้ว เป็นข้อมูลที่นักวิจัยสามารถนำมาใช้ได้ทันที เช่น รายงานการขาย รายงานการประชุม งบประมาณการโฆษณาที่ผ่านมา เป็นต้น

Secondary coverage : การครอบคลุมพื้นที่ภายนอกที่อยู่ห่างไกลจากสถานีวิทยุที่ส่งกระจายเสียง โดยที่บริเวณนั้นสามารถที่จะรับฟังการกระจายเสียงได้ทั้ง ๆ ที่อาจกล่าวได้ว่าอยู่นอกเหนือบริเวณเขตการครอบคลุมขั้นต้นของสถานีแล้ว

Secondary group : กลุ่มเป้าหมายรอง เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความสำคัญรองจากกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งมีอิทธิพลต่อการวางแผนงานโฆษณาเช่นกัน

Secondary reader : ผู้อ่านที่มิได้ซื้อสื่อนั้นโดยตรง แต่ได้รับข่าวสารต่าง ๆ ในลักษณะผ่านเข้ามาหรือโดยมิได้ตั้งใจ (pass along basis)

Segmentation : การแบ่งส่วนตลาด เป็นการทำให้กลุ่มลูกค้ามีความแตกต่างกัน โดยการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ที่แต่ละกลุ่มมีลักษณะหรือวิถีการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

Self-liquidation premium : การผลักภาระต้นทุนที่เสียไปกับของแถมไปให้ผู้บริโภคแทนที่จะเป็นผู้โฆษณา

Self-mailer : ชิ้นส่วนของการโฆษณาทางไปรษณีย์ที่สามารถพับเป็นซองได้ในตัวเอง

Selling point : จุดขาย เป็นจุดขายที่นักโฆษณามักกำหนดในการโฆษณา ซึ่งเป็นจุดขายอันเป็นลักษณะที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถสนองความต้องการหรือความปรารถนาของผู้ซื้อได้ ทั้งนี้เพื่อโน้มน้าวหรือสร้างความรู้จักให้ผู้บริโภคเกิดกับผลิตภัณฑ์ในลักษณะทันทีทันใด หรือเพื่อเน้นให้เห็นความแตกต่างจาก

ผลิตภัณฑ์คู่แข่งขัน ตามปกติจุดขายนี้จะมีอยู่ในผลิตภัณฑ์ตลอดเวลาไม่ว่าผลิตภัณฑ์นั้นจะมีผู้ซื้อหรือไม่

Semi-spectacular : ภาพโฆษณากลางแจ้งที่จัดทำขึ้นโดยมีแสงไฟฟ้าประอยู่ด้วย ทั้งนี้เพื่อที่จะเพิ่มประสิทธิภาพของการโฆษณาในเวลากลางคืน

Set solid : การจัดวางตัวอักษรเพื่อจะให้มีแนวที่ชิดกันมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

Set in use : จำนวนบ้านที่เปิดเครื่องรับโทรทัศน์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยคิดเป็นร้อยละของบ้านทั้งหมดที่มีเครื่องรับโทรทัศน์

Shape : รูปร่าง หมายถึง รูปร่างภายนอกโดยใช้เส้นประกอบขึ้นเป็นรูปร่างที่มีขอบเขต มีขนาด ประกอบขึ้นด้วย 2 ด้าน คือ ด้านกว้างและด้านยาว

Share of audience : จำนวนบ้านที่เปิดชมรายการใดรายการหนึ่งโดยคิดเป็นร้อยละของบ้านที่เปิดชมโทรทัศน์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

Share of market : อัตราส่วนการครองตลาดของผู้โฆษณา เมื่อเทียบกับสัดส่วนที่แท้จริงทั้งหมดของอุตสาหกรรมโฆษณา

Sheet-fed press : เครื่องพิมพ์ป้อนด้วยกระดาษเป็นชิ้น, ขบวนการพิมพ์ที่กระดาษพิมพ์ได้ถูกตัดแยกเป็นแผ่น ๆ เสียก่อนแล้วจึงนำมาป้อนเข้าแท่นในภายหลัง ซึ่งแตกต่างกับกระบวนการพิมพ์ที่เรียกว่า "web-fed press" ในลักษณะที่พิมพ์ลงบนกระดาษม้วนเสียก่อนแล้วจึงตัดแยกเป็นแผ่น ๆ

Shelter publication : นิตยสารที่เกี่ยวกับผู้บริโภค ซึ่งได้ให้รายละเอียดของการอยู่อาศัย ทีพำนักพักพิง ตลอดจนข่าวคราวอื่น ๆ อันเกี่ยวกับการอยู่อาศัยของผู้บริโภค

Shopping goods : สินค้าซื้อโดยการเปรียบเทียบ ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมักมีการเปรียบเทียบทั้งทางด้านคุณภาพ ราคา รูปแบบ และสไตล์ ก่อนที่จะมีการตัดสินใจซื้อ เช่น เครื่องประดับ เครื่องเฟอร์นิเจอร์ เสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น สินค้าซื้อโดยการเปรียบเทียบนี้ยังแยกออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ 1) สินค้าเดียวกันที่ซื้อโดยเปรียบเทียบ 2) สินค้าต่างแบบที่ซื้อโดยเปรียบเทียบ

Short rate : ค่าบริการที่เจ้าของสื่อคืนให้กับผู้โฆษณา ทั้งนี้เนื่องจากผู้โฆษณาขาดคุณสมบัติตามข้อตกลงที่ได้วางไว้

Showing : ดู **Poster showing**

Side stitching : กระบวนการในการเข้ารูปเล่มของหนังสือหรือนิตยสารด้วยการเย็บเล่มโดยใช้เส้นลวดเข้าทางด้านข้างของตัวเล่ม แทนที่จะเย็บผ่านรอยพับกลางเล่มฯ, หรือที่เรียกว่าการเย็บข้าง

Signal area : พื้นที่ที่สามารถรับสัญญาณวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ได้

Signature : 1) ชื่อของผู้โฆษณา (Advertiser) มักจะอยู่ส่วนล่างของงานโฆษณาหรือตรงริมปลายด้านล่างชิ้นงานโฆษณา
2) ในการกระจายเสียงคือเสียงดนตรี หรือเสียงประกอบ (Sound effect) ที่บอกให้ทราบถึงรายงานนั้น ๆ
3) แผ่นกระดาษที่พับไว้เพื่อแทรกในหนังสือหรือนิตยสาร

Sign-off : เวลาปิดสถานีกระจายเสียง

Sign-on : เวลาเปิดสถานีกระจายเสียง

Silk-screen printing : วิธีการพิมพ์ที่หมึกถูกบังคับให้ผ่านลายฉลุ (Stencil) ของไหมหรือวัสดุอื่น ๆ นิยมใช้สำหรับกรณีที่พิมพ์จำนวนไม่มากนัก และต้องการความรวดเร็ว เนื่องจากเป็นวิธีการที่สะดวกและง่ายในการจัดทำ

Simulcast : การออกอากาศกระจายเสียงรายการทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ในเวลาเดียวกัน

Single display : ตู้โชว์แบบแบนราบ เป็นตู้โชว์เดี่ยวตามหน้าต่างร้านค้า ที่อยู่เบื้องหลังกระจกแบนราบหน้าเดียว ซึ่งเป็นผนังด้านหน้าของร้าน

Single-rate card : รายละเอียดที่แสดงอัตราค่าโฆษณาของสถานีหนึ่งที่ใช้อัตราตายตัวสำหรับธุรกิจทุกประเภท ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ

Situation Analysis : การวิเคราะห์สถานการณ์ในการวางแผนทางด้านการโฆษณา สิ่งแรกที่นักโฆษณาควรต้องดำเนินการ คือ การทำการวิเคราะห์สถานการณ์ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับความเป็นมาของธุรกิจและผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ผู้บริโภค การวิเคราะห์คู่แข่ง เป็นต้น

Slogan : คำขวัญ หมายถึง วลีหรือประโยคสั้น ๆ ที่ง่ายแก่การจดจำ ที่สรุปความคิดหลักของการโฆษณาที่อาจมีความหมายหรือไม่มีความหมาย เพื่อต้องการให้ผู้บริโภครู้จักและจดจำผลิตภัณฑ์หรือภาพพจน์ของบริษัทได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น

Snapper : สิ่งจูงใจพิเศษที่ใช้เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าพิเศษ

Snipe : ข้อความที่ได้เขียนลงบนแผ่นภาพโปสเตอร์โฆษณา ซึ่งมักจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับร้านค้าผู้แทนจำหน่าย, ราคาขายที่ลดเป็นพิเศษ, ตลอดจนข้อความอื่น ๆ

Social class : ชั้นทางสังคม ในสังคมหนึ่ง ๆ จะมีการแบ่งกลุ่มคนออกเป็นชนชั้นระดับต่าง ๆ โดยที่แต่ละคนรู้ด้วยตนเองว่า ตนอยู่ในชั้นใด

Socio Economic Status (SES) : การแบ่งกลุ่มคนตามฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเป็นการรวมเอาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและฐานะ หรือชั้นทางสังคมเข้ามาพิจารณาร่วมกัน

Software : เอกสารที่เกี่ยวข้องกับเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่ง ๆ เช่น คู่มือการใช้ (manuals) แผนภาพวงจร (circuit diagrams) การเก็บรวบรวมโปรแกรมและแบบแผนที่ใช้ประจำ ตรงข้ามกับ Hardware

Solid matter : ดูความหมายจากคำ Set solid

Sound : สำหรับวิทยุ หมายถึง ภาพพจน์ของสถานีที่ถูกสร้างขึ้นโดยลักษณะของรายการ, ตัวบุคคล และปัจจัยอื่น ๆ

Sound effects : การประกอบเสียงหรือการบันทึกเสียงประกอบที่ใช้ในวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งเสียงที่ประกอบมานี้อาจเป็นเสียงเพลง, เสียงสายลม, เสียงโทรทัศน์ เป็นต้น

Space : เนื้อที่โฆษณา หรือจำนวนหน้า จำนวนทวีคูณ หรือส่วนของหน้าในนิตยสาร หนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ที่จำหน่ายให้กับประชาชนหรือให้ฟรี ที่ซึ่งจะลงงานโฆษณาเผยแพร่ได้

Space buyer : พนักงานของบริษัทตัวแทนโฆษณาที่มีหน้าที่ในการจัดซื้อ เลือกสรรเนื้อที่โฆษณาของสิ่งตีพิมพ์เพื่อเตรียมไว้บริการกับลูกค้า

Space buying : การเลือกและทำสัญญาเพื่อเนื้อที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์ วารสาร และ

สื่อประเภทสิ่งพิมพ์อื่นในกิจการโฆษณา ผู้ทำหน้าที่นี้เรียกว่า "ผู้ที่มีหน้าที่ซื้อเนื้อที่โฆษณา" หรือ Space buyer

Space discount : ส่วนลดที่เจ้าของสื่อประเภทสิ่งตีพิมพ์ลดให้กับผู้โฆษณา

Space position value : การวัดประสิทธิภาพของแผ่นภาพที่มีต่อผู้สัญจรไปมา ซึ่งประสิทธิภาพมักจะเกิดจากปัจจัย 4 ประการคือ ระยะของความเข้าใกล้ผู้พบเห็น, ความรวดเร็วขณะที่ผ่านจุดนั้น, การวางมุมให้รับต่อผู้ดูผู้ชม, และความสัมพันธ์กับงานโฆษณาในละแวกนั้น

Space schedule : เป็นตารางที่แสดงให้เห็นว่างานโฆษณานั้น ๆ จะไปปรากฏ ณ สื่อใดบ้าง โดยมีรายละเอียดระบุถึงวันที่จะปรากฏ, ขนาดของงานโฆษณาและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

Space spots : เป็นวิธีการซื้อเนื้อที่โฆษณาในปริมาณมาก ๆ สำหรับการโฆษณาสินค้ารายย่อยหรืองานโฆษณาขนาดเล็ก โดยหวังผลตอบแทนในเรื่องส่วนลด

Speciality goods : สินค้าประเภทเฉพาะเจาะจง ได้แก่ สินค้าที่ผู้บริโภคมีความจำเป็นที่ต้องใช้และจะต้องมีขนาดรูปร่างตามที่ต้องการ เช่น สินค้าประเภทเสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น (Sup : Specialty goods)

Special representative : ตัวบุคคลหรือองค์การที่เป็นเสมือนตัวแทนของสื่อโฆษณานั้น ๆ ซึ่งจะออกไปทำหน้าที่ขายเวลาหรือขายเนื้อที่โฆษณาในละแวกที่อยู่ห่างไกลจากที่ตั้งของสื่อนั้น ๆ

Speciality advertising : การโฆษณาโดยใช้ของที่ระลึก โดยทั่วไปนักธุรกิจจะแจกจ่ายของที่ระลึกนี้แก่ลูกค้าหรือผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้า เพื่อสร้างค่านิยมแก่กิจการโดยผู้รับไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

Spectacular : 1) สื่อโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ ซึ่งใช้ไฟฟ้า เช่น หลอดไฟนีออนโฆษณา
2) สื่อโฆษณาที่ติดตั้งภายในร้านค้าซึ่งมักจะแสดง ณ จุดที่ขาย โดยออกแบบให้ตั้งได้โดยอิสระด้วยตัวเองหรือวางไว้บนตัวสินค้า โดยมีการใช้แสงไฟฟ้าเผยแพร่ข้อความโฆษณาและอาจเคลื่อนไหวได้ด้วยเช่นกัน

Split run : การทดสอบชิ้นโฆษณาตั้งแต่ 2 ชิ้นขึ้นไป โดยมีขนาดและตำแหน่งคล้ายคลึงกัน แต่นำลงโฆษณาในสิ่งพิมพ์เดียวกัน (ชิ้นที่ 1 ลงด้านหน้าของนิตยสาร ชิ้นที่ 2 ลงด้านหลังของนิตยสาร) หรืออาจลงฉบับ เว้นฉบับ

Sponsor : ผู้อุปถัมภ์ค่าใช้จ่ายสำหรับรายการหรือค่าโฆษณา

Spot : ด้านการสร้างสรรค์โฆษณา หมายถึง ข้อความโฆษณาที่จะออกทางสื่อกระจายเสียง ซึ่งมักจะมีความยาวไม่เกิน 60 วินาที, สปอตโฆษณา (ช่วงเวลาโฆษณา)

Spot advertising : การออกโฆษณาทางสถานีวิทยุหรือสถานีโทรทัศน์ที่มิได้อยู่ในเครือข่ายเพื่อออกอากาศหรือแพร่ภาพเฉพาะข้อความโฆษณา การออกโฆษณาวิธีนี้ผู้โฆษณาสามารถเลือกออกโฆษณาทางสถานีวิทยุหรือสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ได้ตามที่ตนต้องการ การโฆษณาวิธีนี้ถ้าเป็นการโฆษณาโดยผู้โฆษณาที่มีสินค้าวางขายทั่วประเทศเรียกว่า National Spot Advertising ถ้าเป็นการโฆษณาโดยผู้โฆษณาที่อยู่ในเขตพื้นที่เดียวกับสถานีเรียกว่า Local Spot Advertising

Spot announcement : วิธีซื้อเวลาทางวิทยุหรือโทรทัศน์ที่ออกอากาศหรือแพร่ภาพเฉพาะข่าวสารโฆษณาหรือข้อความโฆษณา ซึ่งมักจะเป็นข่าวสารสั้น ๆ ที่มีความยาวไม่เกิน 60 วินาที เรียกอีกอย่างว่า Loose Spot

Spot broadcasting : การออกอากาศหรือแพร่ภาพของสถานีวิทยุหรือโทรทัศน์ที่มิได้อยู่ในเครือข่าย โดยแต่ละสถานีเป็นผู้กำหนดรายการที่ออกอากาศเอง รายการ

ที่ออกอากาศอาจเป็นรายการที่สถานีผลิตเองหรือเป็นรายการที่ซื้อจากบริษัทต่าง ๆ ที่ผลิตรายการขายก็ได้ และระยะเวลาออกอากาศในแต่ละครั้งของรายการนั้น ๆ ยาวเท่าใดก็ได้ ขึ้นกับแต่ละสถานีจะกำหนด

Spread : การโฆษณาทางนิตยสารหรือทางหนังสือพิมพ์ขนาด 2 หน้า โดยใช้เนื้อที่ 2 หน้าที่อยู่ประกบติดกัน

Standby space : ราคาพิเศษหรือส่วนลดพิเศษที่ทางนิตยสารให้กับผู้โฆษณา ทั้งนี้เพื่อหาทางบรรจุโฆษณาลงในพื้นที่ที่ยังหลงเหลืออยู่ให้ครบ หรือพื้นที่ที่ผู้สั่งจองยังไม่มาดำเนินการ เป็นการป้องกันการสูญเสียผลประโยชน์ไปโดยใช่เหตุ

Staggered schedule : 1) ในสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ หมายถึง การลงโฆษณาในนิตยสารสองเล่มหรือมากกว่าสลับกัน
2) ในการโฆษณาทางยานพาหนะมีความหมายคล้ายคลึงกัน

Standard deviation : ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวัดทางสถิติของการกระจายของตัวข้อมูลเพื่อวัตถุประสงค์ทั่ว ๆ ไป

Standard error : ข้อผิดพลาดมาตรฐาน การวัดที่สามารถยอมรับได้ตามมาตรฐานสากลของเนื้อหาที่จะเป็นไปได้ ซึ่งเกิดจากการสำรวจอันจะมีข้อผิดพลาดจากการสุ่มตัวอย่าง

Standard Industrial Classifications : ระบบการลงรหัสเป็นจำนวนเลขที่พัฒนาโดยสำนักงบประมาณ (Bureau of the Budget) ที่ใช้ในการแบ่งการจัดตั้งธุรกิจตามสินค้า

Station break : เป็นเวลาพักระหว่างรายการ ซึ่งทางสถานีจะใช้ช่วงเวลาพักดังกล่าวเพื่อประกาศข่าวสารที่สำคัญขัดจังหวะขึ้นมาซึ่งอาจจะเป็นข่าวสารเพื่อการโฆษณาทางการค้าก็เป็นได้

Stet : เป็นศัพท์ด้านการพิสูจน์อักษร หมายความว่า ให้คงข้อความไว้ตามเดิม โดยการขีดเส้นหรือเส้นประใต้ข้อความหรือคำที่ต้องการ

Stock footage : ฟิล์มภาพยนตร์ที่ถ่ายทำไว้เรียบร้อยแล้ว ผู้จัดทำภาพยนตร์โฆษณาจะนำฟิล์มดังกล่าวนี้มาใช้เป็นส่วนหนึ่งในภาพยนตร์ของตน ฟิล์มนี้อาจได้มาโดยการซื้อจากบริษัทต่าง ๆ

Stock music : ดนตรีหรือเพลงที่แต่งและบันทึกไว้แล้วที่ผู้จัดทำภาพยนตร์โฆษณาหรือการโฆษณาทางวิทยุนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในโฆษณาของตน

Stop motion : กระบวนการทางการถ่ายภาพที่ทำให้สิ่งที่เคลื่อนที่ไม่ได้ เช่น ตัวการ์ตูนสามารถเคลื่อนที่ได้ในภาพยนตร์

Storecasting : การกระจายเสียงรายการวิทยุในห้างสรรพสินค้า ซึ่งรายการที่นำมากระจายเสียงนี้มีการโฆษณาของห้างนั้น ๆ ด้วย

Storyboard : แผ่นลำดับภาพพร้อมข้อความประกอบที่เขียนขึ้นเพื่อนำเสนอข้อความโฆษณาทางโทรทัศน์ที่คิดขึ้น ภาพดังกล่าวจะเป็นภาพหลัก ๆ หรือภาพที่เป็นจุดสำคัญของการโฆษณานั้น ๆ และมีข้อความหรือบทสนทนาที่สอดคล้องกับภาพ แผ่นลำดับภาพพร้อมข้อความนี้ใช้เพื่อให้ผู้โฆษณาพิจารณาเพื่อการอนุมัติโฆษณาและเพื่อเป็นแนวทางในการผลิตภาพยนตร์โฆษณา

Storewide Advertisement (Omnibus Advertisement) : ชิ้นโฆษณาของร้านค้าปลีกที่กล่าวถึงสินค้าจากหลาย ๆ แผนกของร้าน

Stratification : วิธีการสุ่มตัวอย่างที่อาจจะเป็นไปได้ โดยการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่ม ๆ เช่น แบ่งตามลักษณะภูมิประเทศหรือขนาดของครัวเรือน เป็นต้น

Strip : 1) ด้านวิทยุและโทรทัศน์ หมายถึง การออกโฆษณาในเวลาเดียวกันของทุก ๆ วันของสัปดาห์

2) ด้านหนังสือพิมพ์ หมายถึง ชิ้นโฆษณาขนาดแคบ ๆ ขวางตลอดหน้า ส่วนมากมักจะอยู่ด้านล่างของหน้า

Subcaption (Subcap) : หัวเรื่องรอง

Subscription **:** การสั่งจองหรือการบอกรับหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ในงวดระยะเวลาที่ตกลงกัน

Super, *Superimposition* : ทางด้านวิทยุโทรทัศน์ การถ่ายภาพจากกล้องหนึ่งซ้อนไปบนภาพของอีกกล้องหนึ่ง โดยมากมักจะเพื่อการเน้นเกี่ยวกับชื่อสินค้า, ตราสินค้า หรือคำขวัญที่ใช้ในการโฆษณาผลิตภัณฑ์

Supplements (Newspaper) : ใบแทรกหนังสือพิมพ์ส่วนพิเศษ นิยมใช้ในรูปแบบของนิตยสาร ที่พิมพ์โดยผู้โฆษณา (Advertiser) ที่แจกจ่ายให้กับหนังสือพิมพ์ในวันที่ออกแน่นอนวันหนึ่ง นิยมเป็นวันอาทิตย์

Sustaining program : รายการที่ปราศจากผู้อุปถัมภ์ของสถานีวิทยุและวิทยุโทรทัศน์

Sweepstakes : การส่งเสริมการจำหน่าย โดยใช้วิธีจับสลากรายชื่อผู้โชคดีที่จะได้รับรางวัล

Syndicated program : รายการวิทยุหรือโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นโดยบริษัทผลิตรายการและสถานีวิทยุหรือสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ซื้อมาเพื่อออกอากาศทางสถานีของตน