

C

Cable television : การส่งสัญญาณภาพโทรทัศน์ไปตามบ้านของสมาชิกโดยการส่งตามสายเคเบิล ซึ่งทำให้การรับภาพชัดเจนมาก และยังสามารถส่งภาพไปยังพื้นที่ที่รับภาพปกติไม่ชัดเจน สมาชิกจะจ่ายค่าบริการเป็นรายเดือน อาจจะเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า Cablecasting หรือ CATV ซึ่งย่อมาจาก Community Antenna Television

Calendered paper : กระดาษซึ่งมีผิวเรียบมัน ผ่านกระบวนการผลิตโดยใช้เครื่องจักรที่มีลูกกลิ้งหนัก (เครื่องจักรดังกล่าวคือ calenders)

Call-back : การโทรศัพท์ไปขอสัมภาษณ์บุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นครั้งที่สอง เนื่องจากผู้สัมภาษณ์ไม่สามารถรวบรวมข้อมูลได้เพียงพอในการสัมภาษณ์ครั้งแรก ใช้ในด้านการวิจัยโฆษณา

Call letters : จดหมายและเอกสารที่องค์การสื่อสารของรัฐ (Federal Communication Commission) ส่งไปยังสถานีวิทยุต่าง ๆ เพื่อเป็นหลักฐานและเป็นเอกสารราชการเกี่ยวกับการกำหนดรายการต่าง ๆ

Camera light : แสงไฟที่ปรากฏบนกล้องถ่ายโทรทัศน์ เพื่อแสดงให้เห็นทราบว่ากล้องใดกำลังออกอากาศอยู่

Camera lucinda : เครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบผังงานโฆษณา ซึ่งทำให้ผู้ออกแบบสามารถลอกแบบเดิมในขนาดเดิม หรือขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น หรือลดขนาดของภาพให้เล็กลงได้

Campaign : การรณรงค์โฆษณาหรือการใช้ความพยายามด้านการโฆษณาและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์ ทั้งนี้โดยมีกำหนดระยะเวลาบ่งบอกไว้

Campbell's Soup position : ตำแหน่งด้านขวามือของหน้ากระดาษที่อยู่ต่อจากบทบรรณาธิการ (นิตยสาร) เหตุที่มีชื่อเรียกเช่นนี้เพราะ บริษัท Campbell Soup Company เป็นผู้ริเริ่มและยึดเนื้อที่ส่วนนี้มาเป็นประจำจนเป็นที่ทราบกันดีระหว่างผู้โฆษณาตลอดจนผู้อ่าน (ต่างประเทศ)

Caps : เป็นศัพท์ที่ใช้เกี่ยวกับการพิมพ์ หมายถึง อักษรซึ่งเป็นตัวพิมพ์ใหญ่

Caption : หัวข้อ, ข้อความที่จำหน่ายหน้า, คำอธิบายภาพ

Car Card หรือ Inside transit advertisement : งานโฆษณาที่ติดตั้งอยู่ภายในยานพาหนะในบ้านเรา ที่ติดอยู่ภายในรถประจำทาง มีขนาดประมาณ 11" x 4" ในสหรัฐอเมริกา มักจะติดอยู่ในรถไฟใต้ดิน

Card rate : ดู Rate Card รายละเอียดของราคาค่าโฆษณาซึ่งพิมพ์บนกระดาษแข็ง

Cash discount : ส่วนลดเงินสด 2% ที่เจ้าของสื่อลดให้กับผู้โฆษณาที่จ่ายเงินตรงตามเวลา

Casting off : การกะขนาดเนื้อที่สำหรับชิ้นงานโฆษณาแต่ละชิ้น

Center spread : 1) สำหรับสิ่งตีพิมพ์ หมายถึง โฆษณาที่อยู่ตรงกึ่งกลางของเล่มพอดี ซึ่งมักจะพิมพ์เป็นหน้าคู่ปรากฏอยู่ทั้ง 2 หน้ากระดาษ
2) สำหรับการโฆษณากลางแจ้ง หมายถึง การใช้แผ่นป้ายโฆษณา 2 แผ่นมาตั้งชิดติดกันเพื่อเสนองานโฆษณา (1 ชิ้น) คล้ายกับการพิมพ์หน้าคู่ลงในสิ่งพิมพ์

Certification mark : ชื่อหรือเครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้าที่ออกให้โดยผู้อื่น ซึ่งไม่ใช่เจ้าของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

Chain : 1. กลุ่มสถานีวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ที่ติดต่อซึ่งกันและกัน โดยการถ่ายทอดรายการผ่านสายเคเบิลและโดยระบบไมโครเวฟ
2. กลุ่มร้านค้าปลีกซึ่งมีเจ้าของคนเดียวกัน มีการบริหารงานและมีนโยบายธุรกิจอย่างเดียวกัน

Chain break : การหยุดออกอากาศสถานีเครือข่ายใหญ่ (สถานีแม่) เพื่อเปิดโอกาสให้สถานีท้องถิ่นแต่ละแห่งทำการประกาศสิ่งที่ตนต้องการ เช่น โฆษณาสินค้า ประกาศรายการสาระสำคัญของสถานี เป็นต้น (ต่างประเทศ)

Channel : คลื่นความถี่ที่กำหนดไว้สำหรับสถานีวิทยุแต่ละแห่ง หรือสำหรับสถานีโทรทัศน์ แต่ละสถานีในการถ่ายทอดรายการหรือออกอากาศ

Checking : การตรวจสอบแผ่นภาพโปสเตอร์ตลอดจนการจัดโซว์สินค้า (ทางกายภาพ) เพื่อดูว่าทุกสิ่งทุกอย่างได้ดำเนินการไปภายใต้ข้อสัญญาที่ได้กระทำกันไว้

Checking Copy : ต้นฉบับที่ทางสำนักพิมพ์ส่งไปให้ผู้โฆษณา หรือบริษัทตัวแทนโฆษณา ตรวจสอบ

Circular : ข้อความโฆษณาที่ปรากฏบนแผ่นพิมพ์หรือแผ่นพับ

Circulation : 1) จำนวนสิ่งพิมพ์ที่แพร่หลายออกไป
2) จำนวนบ้านที่อยู่อาศัยที่เป็นผู้รับชมรับฟังการออกอากาศ
3) สำหรับการโฆษณากลางแจ้ง หมายถึง จำนวนคนที่สัญจรผ่านชิ้นงานโฆษณานั้น ๆ และมีโอกาสที่จะพบเห็นด้วย

Circulation, effective : ดู Circulation ประสิทธิภาพของการแพร่หลายออกไป

Circulation, franchise : ข้อตกลงเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ที่จัดส่งออกไปยังลูกค้าหรือผู้คาดหวังขององค์การธุรกิจในลักษณะการให้เปล่า โดยที่เจ้าของสิ่งพิมพ์ได้มีข้อตกลง

กับองค์การธุรกิจเหล่านั้นไว้ก่อนแล้ว ซึ่งรายชื่อผู้คาดหวังตลอดจนรายชื่อของ
ลูกค้าเหล่านี้ องค์การธุรกิจก็ได้เป็นผู้นำมาเสนอให้กับเจ้าของสิ่งพิมพ์ดำเนินการ

Circulation, nonpaid : สิ่งพิมพ์ที่แจกจ่ายให้ฟรี โดยที่ผู้รับไม่ต้องเสียสตางค์

Circulation, paid : สิ่งพิมพ์ที่ผู้รับต้องเสียสตางค์ซื้อ

Circulation waste : จำนวนสิ่งพิมพ์ที่ผู้โฆษณาจ่ายค่าใช้จ่ายแล้ว แต่ไม่สามารถจะเข้าถึง
กลุ่มเป้าหมายที่คาดหวัง

City zone circulation : หนังสือพิมพ์รายวันที่ออกจำหน่ายอยู่ในขอบเขตจำกัด เช่น ภายใน
ตัวเมือง หรือชุมชนที่มีผู้อยู่อาศัยหนาแน่นเท่านั้น (ต่างประเทศ)

Class magazines : นิตยสารซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้มีรายได้และฐานะทางสังคมสูง ต่าง
กับนิตยสารทั่วไปซึ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนทั่วไปจำนวนมาก (นิตยสาร
ทั่วไปจัดเป็น mass magazines)

Classified advertising : โฆษณาที่ได้จัดไว้ตามหมวดหมู่ของสินค้าและบริการ โดยทั่วไป
มักจะมีขนาดเล็กและมีแบบอย่างจำกัด (โฆษณาย่อยหรือเบ็ดเตล็ด) เมื่อเทียบ
กับการโฆษณาในลักษณะ Display advertising แล้วจะเห็นได้ว่า Display advertising
ยังเปิดโอกาสให้มีรูปภาพประกอบ ตลอดจนมีขนาดและแบบอย่างแตกต่างกันไป
(ดู Display advertising) ตัวอย่างของ Classified advertising ได้แก่ โฆษณาย่อยที่ขาย
บ้าน - ที่ดิน, โฆษณาขายรถยนต์ใช้แล้ว, โฆษณารับสมัครงาน

Classified advertising, display : เป็นลักษณะโฆษณาแบบ Classified advertising แต่มีการเพิ่มเติม
เล็กน้อยในเรื่องของการให้สีเพิ่มเติม ตลอดจนขยายเนื้อที่ให้ใหญ่ขึ้นกว่าปกติ
เมื่อเทียบกับ Classified advertising โดยทั่วไป

- Clear** : 1. ได้รับความเห็นชอบหรือได้รับอนุมัติจากทางการให้ใช้รูปภาพประกอบ, เพลงประกอบหรือข้อความโฆษณานั้น ๆ เพื่อที่จะนำไปออกอากาศเผยแพร่ยังสาธารณชนได้
2. ตกลงกับสถานีโทรทัศน์เกี่ยวกับช่วงเวลาโฆษณา

Clear channel, Clear channel station : คลื่นวิทยุที่ปราศจากสิ่งรบกวนใด ๆ

Clear time : ดูคำอธิบายของ Clear

Client : ลูกค้าของบริษัทโฆษณาหรือลูกค้าของสื่อโฆษณาต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ผู้โฆษณา (advertiser)

Clip : ภาพยนตร์สั้น ๆ ที่แทรกระหว่างช่วงรายการหรือโฆษณา

Closed circuit (TV) : การถ่ายทอดสดหรือการถ่ายทอดจากแผ่นบันทึกภาพ หรือจากภาพยนตร์ผ่านทางสายเคเบิลไปยังผู้ชม ซึ่งเป็นรายการถ่ายทอดแบบส่วนตัว

Closing Date, Closing Hour : วันปิดรับ, เวลาปิดรับต้นฉบับหรือข่าวสารที่ต้องการจะนำออกเผยแพร่ทางสื่อกลางต่าง ๆ ซึ่งเจ้าของสื่อจะเป็นผู้กำหนดขึ้น

Cluster sample : การสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มคนแทนที่จะสุ่มแบบรายบุคคล

Coaxial cable : สายเคเบิลพิเศษ ซึ่งใช้สำหรับการส่งสัญญาณภาพโทรทัศน์ การโทรศัพท์ และโทรเลข

Coincidental survey : เป็นแบบหนึ่งของการสัมภาษณ์ที่จะทำการสัมภาษณ์ผู้ตอบในขณะที่ผู้ตอบกำลังรับฟัง, รับชม, หรือกำลังอ่านสื่ออื่น ๆ อยู่พอดี โดยที่ผู้สัมภาษณ์จะขอให้ผู้ตอบช่วยรายงานผลการรับฟัง การรับชม หรือการอ่านสื่ออื่น ๆ ฯลฯ ให้เขาได้ทราบ ซึ่งมักจะใช้การสอบถามกันทางโทรศัพท์ ดังนั้นวิธีการนี้จึงมี

ชื่อเรียกกันอีกอย่างหนึ่งว่า “Telephone Coincidental Survey” (เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการทำวิจัยโฆษณา)

Coined words : ชื่อที่เจ้าของผลิตภัณฑ์ตั้งขึ้นเพื่อให้ไพเราะ เรียกว่าง่าย จำง่าย ส่วนใหญ่มักใช้เป็นชื่อเครื่องหมายการค้า เช่น Kodak, Kleenex, Xerox, Exxon

Collateral : กิจกรรมเสริมที่บริษัทตัวแทนโฆษณาได้กระทำขึ้นเพื่อช่วยเหลือหรือให้บริการแก่ลูกค้าของตน (ผู้โฆษณา) โดยไม่ได้รับผลตอบแทนโดยตรง อาทิเช่น การส่งเสริมการขาย, การวิจัย การศึกษาปรับปรุงพัฒนาสินค้า ฯลฯ

Column inch : คอลัมน์นิ้ว, การวัดเนื้อที่สิ่งตีพิมพ์โดยมีความกว้าง 1 คอลัมน์ สูง 1 นิ้ว

Combination Rate : เป็นอัตราค่าโฆษณาที่เจ้าของสื่อลดให้เป็นพิเศษสำหรับผู้ที่น่าโฆษณา มาลงในสื่อทั้ง 2 (สิ่งตีพิมพ์) ที่ตนเองเป็นเจ้าของอยู่

Comic strip : การเขียนภาพการ์ตูนหรือภาพล้อเลียนบุคคล (caricature = ภาพล้อเลียนบุคคล)

Commercial : การโฆษณาทางโทรทัศน์หรือวิทยุ

Commercial audience : จำนวนครัวเรือนที่รับชม รับฟังการโฆษณาของสถานีใดสถานีหนึ่ง

Commercial, integrated : การประกาศข้อความโฆษณาออกมาในลักษณะที่เป็นส่วนหนึ่งของการให้ความบันเทิงของสถานี

Commercial program : รายการทางวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ที่ผู้โฆษณาเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย ซึ่งตรงกันข้ามกับ “sustaining program” ซึ่งเป็นรายการที่ผู้โฆษณาไม่ได้เป็นผู้อุปถัมภ์

Commercial exposure potential : อัตราส่วนของจำนวนเครื่องที่เปิดรับต่อสถานีโทรทัศน์
แห่งหนึ่ง ๆ ขณะที่มีการโฆษณา

Community antenna television (CATV) : การให้บริการส่งโทรทัศน์ตามสาย (เช่นเดียวกับ
การส่งเสียงตามสาย) ไปยังผู้ที่บอกรับเป็นสมาชิก

Company forecast : การพยากรณ์การขายของบริษัท

Comparative advertising : ดู Comparison advertising การโฆษณาเปรียบเทียบ

Comparison advertising : การโฆษณาโดยการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ของผู้โฆษณา
กับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันของบริษัทอื่น เพื่อให้เห็นข้อแตกต่างที่ดีกว่าของผู้โฆษณา

Competitive stage : ขั้นตอนของการโฆษณาเมื่อสินค้าที่โฆษณาเป็นที่รู้จักแล้วแต่ยังอยู่ใน
ช่วงของการสร้างการยอมรับให้เหนือกว่าสินค้าที่เป็นคู่แข่ง ในขั้นตอนนี้ผู้โฆษณา
ต้องเน้นจุดเด่นของสินค้าและส่วนที่ได้เปรียบกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้า
ที่นำมาเปรียบเทียบ ถือว่าเป็นขั้นตอนที่สองของขั้นตอนโฆษณา (Advertising Stages)

Composing stick : กล่องโลหะรูปสี่เหลี่ยมเล็ก ๆ ซึ่งปรับขนาดได้ ใช้สำหรับเรียงตัวอักษร
ด้วยมือ

Composite print (TV) : ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์เมื่อมีการประกอบภาพและเสียง
ให้เข้ากันในฉนวนเดียวกัน

Composition : การเรียงตัวอักษร, การเรียงพิมพ์

Comprehensive : แบบเลย์เอาต์หรือผังโฆษณาหรือการจัดวางรูปแบบงานโฆษณาที่ได้สร้าง
ขึ้นจนมีความคล้ายคลึงกับชิ้นงานโฆษณาที่เสร็จสิ้นสมบูรณ์แล้ว

Conspicuous consumption : การซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อแสดงออกถึงฐานะทางสังคม

Consumer advertising : การโฆษณาซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้ใช้สินค้าโดยตรง (ประเภทของการโฆษณาซึ่งแบ่งตามกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ได้แก่ Trade advertising กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ค้าส่งและร้านค้าปลีกซึ่งจะเป็นผู้จำหน่ายสินค้า Industrial advertising กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ผลิตซึ่งเป็นผู้ซื้อเครื่องจักร วัตถุดิบและวัสดุอื่น ๆ ที่ใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย Professional advertising กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบวิชาชีพสาขาต่าง ๆ เช่น แพทย์ สถาปนิก ทนายความ ซึ่งอยู่ในฐานะที่จะแนะนำลูกค้าให้ใช้สินค้าได้)

Consumer behavior : การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

Consumer goods : 1. สินค้าที่ผู้ซื้อจำเป็นต้องใช้ในการดำรงชีวิตประจำวัน เช่น อาหาร เสื้อผ้า
2. สินค้าซึ่งผู้ซื้อนำไปใช้ได้ทันทีโดยไม่ต้องนำไปผลิตต่อ

Consumer orientation : แนวคิดด้านการตลาดซึ่งเน้นการสร้างความปลอดภัยในสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค

Consumerism : การให้ความสำคัญต่อสิทธิที่ผู้บริโภคพึงได้รับ

Contemporary music : เพลงป๊อป (pop) เพลงยอดนิยม

Contest : การประกวด, การแข่งขันซึ่งเป็นวิธีการของการส่งเสริมการขายประเภทหนึ่งซึ่งผู้บริโภคจะแข่งขันกันเพื่อรางวัลที่ตั้งไว้ และผู้ชนะ คือ ผู้ที่มีความสามารถเหนือกว่าผู้อื่น เช่น การประกวดการเขียนเรียงความ หรือการแข่งขันการวาดภาพ เป็นต้น ต่างจาก Sweepstakes ซึ่งเป็นการส่งเสริมการขายอีกประเภทหนึ่งซึ่งผู้ชนะคือ ผู้ที่มีโชคดีกว่าผู้อื่น เช่น การจับฉลากชิงรางวัลอย่างใดอย่างหนึ่ง

Continuity : 1. การใช้แนวคิด (theme) เดิม

2. การใช้สื่อโฆษณาประเภทใดประเภทหนึ่งสำหรับสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยต่อเนื่อง ตลอดช่วงเวลาของการวางแผนการตลาด เช่น 1 ปี หรือตามฤดูกาล

Contract year : ช่วงระยะเวลา 1 ปีของสัญญาซื้อสื่อโฆษณาซึ่งจะเริ่มนับเวลาตั้งแต่การลงโฆษณาชิ้นแรก โดยปกติเมื่อตกลงทำสัญญาซื้อสื่อโฆษณาแล้ว ผู้โฆษณาจะเริ่มใช้สื่อโฆษณาครั้งแรกภายใน 30 วัน (ต่างประเทศ)

Controlled circulation หรือ Controlled circulation business and professional publication : สิ่งพิมพ์ที่เป็นเอกสารเผยแพร่ในลักษณะของการให้เปล่าหรือแจกฟรีแก่กลุ่มเป้าหมายซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อขององค์กรต่าง ๆ กลุ่มเป้าหมายดังกล่าวจะต้องแจ้งความประสงค์ขอรับเอกสารเป็นรายปีหรือขอต่ออายุการรับเอกสารทุกปี พร้อมกับแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับหน้าที่การงาน เช่น ตำแหน่งและความรับผิดชอบ

Convenience goods : สินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งลูกค้าซื้อบ่อย ๆ และซื้อหาได้ง่าย เช่น อาจซื้อจากร้านค้าใกล้บ้าน แตกต่างกับ shopping goods ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบราคา คุณภาพและรูปแบบก่อนจะตัดสินใจซื้อ

Cooperative advertising, Cooperative (co-op) advertisement :

1. โฆษณาของร้านค้าปลีกซึ่งได้รับความร่วมมือจากผู้ผลิตในการออกค่าใช้จ่ายในการโฆษณาบางส่วนหรือทั้งหมด
2. โฆษณาของผู้ผลิต 2 รายหรือมากกว่า หรือโฆษณาร่วมกันของร้านค้าปลีก 2 รายหรือมากกว่า

Cooperative mailing (Cooperative (joint) mail advertising) : การโฆษณาร่วมกันกับผู้โฆษณาอื่น ๆ ที่ไม่ใช่คู่แข่งโดยการใช้สื่อโฆษณาส่งตรง ซึ่งจะมีธุรกิจที่ดำเนินการด้านสื่อโฆษณาส่งตรงเป็นผู้บริการจัดส่งโฆษณาของบริษัทธุรกิจต่าง ๆ ที่ไม่ใช่คู่แข่งไปยังกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเดียวกันพร้อมกัน อาจจะส่งในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์

ของบริษัทต่าง ๆ ในซองเดียวกันหรือโฆษณาพร้อมกันในหน้าเดียวกัน โดยผู้
โฆษณาจะร่วมกันรับผิดชอบค่าโฆษณาดังกล่าว

Copy : ตามความหมายดั้งเดิมคำว่า “Copy” นี้ หมายถึง แผ่นกระดาษซึ่งมีข้อความที่มี
ลายลักษณ์อักษรปรากฏอยู่ แต่ต่อมาความหมายของคำ ๆ นี้ได้มีผู้ให้ความหมาย
ไว้ว่า นอกจากข้อความหรือถ้อยคำแล้ว ยังรวมถึงภาพประกอบตลอดจนสิ่งอื่น ๆ
ที่ปรากฏให้เห็นได้ (VISUAL) ในชิ้นงานโฆษณานั้น ๆ

Copy approach : ส่วนเริ่มแรกของข้อความโฆษณา ซึ่งมีผลให้ข้อความโฆษณานั้นเป็นที่
น่าสนใจ (การเริ่มข้อความโฆษณาอาจเริ่มโดยการให้ข้อเท็จจริงเรียกว่า The
factual approach หรือโดยการเร้าอารมณ์ เรียกว่า The emotional approach)

Copy plan : แผนของงานโฆษณา ซึ่งจะเป็นการอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับกลยุทธ์การ
โฆษณาในการรณรงค์แต่ละครั้ง เพื่อให้ทราบเหตุผลของการดำเนินงานในแต่ละ
ขั้นตอน แผนงานโฆษณานี้มักจะเขียนหลังจากฝ่ายสร้างสรรค์ (creative)
เขียนข้อความโฆษณาเสร็จแล้ว เพื่อให้ฝ่ายสร้างสรรค์งานได้มีอิสระในการ
แสดงความคิดอย่างเต็มที่

Copy Platform : ข้อความหรือประโยคที่ใช้ในการโฆษณา

Copy research : การวิจัยเพื่อดูประสิทธิผลของชิ้นงานโฆษณา, หรือการวิจัยที่เกี่ยวข้องโดย
เฉพาะกับข้อความหรือชิ้นงานโฆษณานั้น ๆ ดูความหมายของ Copy

Copy strategy : รายงานสรุปซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนการตลาด เพื่อให้ทราบว่าสินค้า
หรือบริการจะได้รับการนำเสนออย่างไรในการโฆษณา

Copy testing : การวัดประสิทธิผลของชิ้นงานโฆษณา

Copyright : ลิขสิทธิ์ หมายถึง สิทธิซึ่งบุคคลหรือองค์กรได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย เพื่อป้องกันมิให้ผู้อื่นลอกเลียนแบบงานพิมพ์หรือผลิตภัณฑ์โดยไม่ได้รับอนุญาต

Copywriter : ผู้เขียนข้อความโฆษณา, ผู้สร้างสรรค์ข้อความโฆษณา

Copywriting : การเขียนข้อความโฆษณา

Corporate image advertising : การโฆษณาสถาบันการโฆษณา เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อสถาบันมากกว่าที่จะเน้นหนักด้านตัวผลิตภัณฑ์และการบริการ

Corrective advertising : งานโฆษณาที่ได้รับการแก้ไขใหม่หลังจากได้รับการท้วงติงจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค อันมีสาเหตุมาจากการโฆษณาเกินความจริง หรือการโฆษณาอันอาจจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดต่อผู้บริโภค

C.P.M. (Cost per thousand) : ต้นทุนโฆษณาที่ใช้ในการเข้าถึงผู้อ่าน ผู้ดู ผู้ฟัง ต่อ 1,000 คน (หรือบ้าน) จำนวนเงิน (บาท) ที่ใช้ ในการเข้าถึง 1,000 คน (หรือบ้าน) ที่ช่วยให้สามารถเปรียบเทียบค่าโฆษณาและตัดสินใจเลือกใช้สื่อโฆษณาได้อย่างเหมาะสม โดยมีหลักการคำนวณดังนี้คือ

ค่าของสเปดโฆษณา

$$C.P.M = \frac{\text{จำนวนคนหรือบ้านที่-}}{\text{เข้าถึงโดยรายการหนึ่ง}} \times 1,000$$

จำนวนคนหรือบ้านที่-
เข้าถึงโดยรายการหนึ่ง

C.P.M./P.C.M. : ต้นทุนต่อพันคนต่อการโฆษณา 1 นาที (วิทยุและวิทยุโทรทัศน์)

Cost plus system : การจ่ายค่าบริการแก่บริษัทโฆษณา ตามจำนวนที่บริษัทโฆษณาได้จ่ายไปจริงบวกกับอัตราส่วนที่เป็นค่าเสียหายอุปกรณ์และกำไร วิธีการจ่ายค่าบริการ

แบบนี้มักจะนิยมใช้เมื่อค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสื่อโฆษณาโดยตรงเป็นจำนวนน้อย แต่ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าบริการอื่น ๆ ของบริษัทโฆษณา เช่น การวิจัยตลาด การให้บริการลูกค้าหรือการผลิตสื่อเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เช่น แผ่นพับ (folder) เป็นต้น

Counter card : แผ่นป้ายที่แสดงยี่ห้อและรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ตั้งอยู่ ณ จุดซื้อ

Cover : ปกหน้า - หลังหรือปกในด้านหน้า - หลังของสิ่งตีพิมพ์

Coverage : จำนวนครัวเรือนหรือจำนวนคนซึ่งสื่อโฆษณาได้ผ่านเข้าไปถึง

Coverage Map : แผนที่ที่แสดงถึงสภาพภูมิประเทศที่สถานีส่งกระจายเสียงสามารถเข้าถึงได้ ซึ่งยังแบ่งออกเป็น Primary Coverage และ Secondary Coverage

Crash finish : ผิวหน้าของกระดาษซึ่งได้รับการออกแบบให้มองดูเหมือนเนื้อผ้าหยาบ ๆ

Creative Director : ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา ซึ่งเป็นผู้ชี้แนะหรือให้แนวทาง ผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์ (Art Director) และผู้เขียนข้อความโฆษณาในการสร้างงานโฆษณาออกมาในรูปแบบนั้น ๆ

Cropping : การตกแต่งรูปภาพโฆษณาโดยการตัดมุมให้มีขนาดเล็กลง เพื่อที่เป็นการย่อสัดส่วนหรือแก้ไขส่วนที่ไม่จำเป็นออกไป

CU (Close-up) : การถ่ายภาพในระยะใกล้ชิด, โคลสอัปท์

Cue : สัญญาณภาพหรือเสียงที่บอกว่าขณะนี้ถึงเวลาแล้วที่จะออกอากาศ รายการ คำพูด เพลงและภาพยนตร์

Cume (ย่อมาจาก Cumulative) : ซึ่งหมายถึงจำนวนผู้ฟังทั้งหมดหรือผู้ชมทั้งหมด (สะสม) และไม่ใช่ผู้ที่ซ้ำซ้อนกันที่สื่อกลางสื่อหนึ่งหรือรายการหนึ่งสามารถเข้าถึงได้

Cut-in : การสอดใส่การแจ้งความของสถานีท้องถิ่นลงในรายการของสถานีเครือข่าย

๑