

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
1.	แสดงผลสำรวจความนิยมของผู้อ่านจากวิจัยเอเยนต์ทั่วประเทศ ประจำปี พ.ศ. 2551 .....	4
2.	แสดงระดับการมีส่วนร่วม.....	25
3.	แสดงการใช้ IMC กับส่วนผสมทางการตลาด.....	30
4.	กรอบแนวคิดการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ .....	33
5.	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ.....	37
6.	รูปแบบการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ.....	38
7.	เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ผ่านและไม่ผ่านสื่อมวลชน.....	42