

**บรรณานุกรม**

## บรรณานุกรม

- กรกนก วิโรจน์ศรีสกุล. (2546). **ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กนกกรณ์ สายทอง. (2555). **แบรนด์ที่ยั่งยืนของสินค้าด้านอัตลักษณ์แบรนด์และการรับรู้ของผู้บริโภคกรณีศึกษา ไร่ก้านจูล**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ. (2540). **การสร้างและรักษาภาพลักษณ์ ในภาพพจน์นี้ สำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- ขวัญเรือน กิติวัฒน์. (2533). **เอกสารการสอนชุดพฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร หน่วยที่ 1**. (พิมพ์ครั้งที่ 5). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2552). **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์** (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: ส. เอเชียเพรส (1989).
- จวีรัตน์ รณรงศ์นุรักษ์. (2549). **ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชากรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม., มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2552). **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์** (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จาชฎาอร นิพพานนท์, ณิตชาธร ภาโนมัย, นิคม ถนอม, ธันยาภัทร์ ชำศิริ และรัชณี เพ็ชรประดับ. (2552). **ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในการรับรู้ของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น และประชาชนจังหวัดขอนแก่น**. มหาวิทยาลัยขอนแก่น: ขอนแก่น.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2553) **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย** (พิมพ์ครั้งที่ 12). นนทบุรี: ไทเนรมิตกิจ อินเตอร์ โปรดักส์.
- นรินทร์ นำเจริญ. (2549). **จริยธรรม กฎหมาย และสันติภาพการสื่อสารมวลชน**. เชียงใหม่: คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุษบา สุธีธร (2551). **ประมวลสาระชุดวิชา หน่วยที่ 1-7 ปรัชญาวิทยาศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร** (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- ปัทมาพร ประทุมถิ่น. (2549). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของสถานีวิทย  
โทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีวิทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7. วิทยานิพนธ์  
นศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2540). หลักนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร. (2537). “ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์” ในภาพพจน์  
สำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2540). ภาพพจน์สำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์  
(พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ปรกาศพริก.
- พีระ จิโรโสภณ. (2547). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน ใน ประมวลสาระและแนวทางการศึกษาชุด  
วิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 10. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย  
สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วราพร ดำจับ. (2549). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในทัศนคติของนักเรียน  
มัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออก. วิทยานิพนธ์ นศ.ม.,  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2553). ประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์ (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ:  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2544). นิเทศศาสตร์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด. กรุงเทพฯ:  
ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วาสนา จันทร์สว่าง, สุเทพ เขาวลิต, วิทยา เทียนจวง, ดวงพร คำคุณวัฒน์ และศรีปราชญ์  
สามัคคีธรรม. (2541). ภาพลักษณ์: กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ:  
คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วนาวัลย์ ดาดี. (2552). กลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กร กรณีศึกษา  
บริษัทประกันชีวิตชั้นนำในประเทศไทย. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศิริพร ปิ่นเพชร. (2543). แนวทางการกำหนดแผนประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของธนาคาร  
ออมสิน. วิทยานิพนธ์ ว.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศิน พันธุ์พินิจ. (2553). เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:  
วิทย์พัฒน์.

- สุจินต์ จินายน. (2555). นโยบายในการพัฒนามหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ.2556-2560.  
พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: A.N. การพิมพ์
- โสภภาพร กล้าสกุล. (2542). หลักการโฆษณา. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- สุนันทิการ ปางจตุติ. (2552). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการสร้างแบรนด์ของสถาบันอุดมศึกษา  
เอกชนที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์  
ว.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สุพรรณษา จิตเลขา. (2545). แนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของทหารกับ  
การตัดสินใจสมัครเป็นทหารกองประจำการของชายไทย. วิทยานิพนธ์  
นศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- อำนวย วีรวรรณ. (2540). การแก้วิกฤตและสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์การใน ภาพลักษณ์  
นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ (พิมพ์ครั้งที่ 4) กรุงเทพฯ:  
ประกายพริ้ว.
- อรวรรณ ปิลาธนนโอบาท. (2554). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ:  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- อรอุมา ไชยเศรษฐ. (2551). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษา  
มหาวิทยาลัยพายัพและนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่.  
วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- Jefkins, Frank. (1977). Planned press and public relation. London: n.p.
- Kotler, Philip. (2000). Marketing management (10<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (1999). Principles of marketing (8<sup>th</sup> ed.). New Jersey:  
Prentice- Hall.

ประวัติผู้วิจัย

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล	พงศ์ภัทร์ พักฟูม
วัน เดือน ปี เกิด	30 ธันวาคม 2521
ที่อยู่ปัจจุบัน	322/34 หมู่ 7 ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000
ที่ทำงานปัจจุบัน	งานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัย นเรศวรมหาวิทยาลัยนเรศวร ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	นักประชาสัมพันธ์
ประวัติการศึกษา	นศ.บ. (การประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยนเรศวร
พ.ศ. 2543	