

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญแผนภาพ	(8)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย	3
วัตถุประสงค์การศึกษา	3
ขอบเขตการศึกษา.....	3
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดด้านการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ.....	5
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	12
แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์	21
แนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	39

3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	40
รูปแบบการศึกษา.....	40
แหล่งข้อมูล.....	40
การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง.....	41
เครื่องมือในการเก็บข้อมูล.....	42
แนวคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์.....	42
วิเคราะห์ข้อมูล.....	43
4. ผลการวิจัย.....	44
ส่วนที่ 1 รูปแบบของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่บริษัท True Fantasia นำไปใช้เพื่อบริหารจัดการศิลปิน.....	44
ส่วนที่ 2 หลักการบริหารจัดการศิลปินเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท True Fantasia.....	58
5. สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	67
สรุปการศึกษา.....	67
ส่วนที่ 1 รูปแบบของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ที่บริษัท True Fantasia นำไปใช้เพื่อบริหารจัดการศิลปิน.....	67
ส่วนที่ 2 หลักการบริหารจัดการศิลปินเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ของบริษัท True Fantasia.....	69
อภิปรายผล.....	70
ส่วนที่ 1 รูปแบบของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่บริษัท True Fantasia นำไปใช้เพื่อบริหารจัดการศิลปิน.....	70
ส่วนที่ 2 หลักการบริหารจัดการศิลปินเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ของบริษัท True Fantasia.....	76
ข้อเสนอแนะ.....	81
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	82

ภาคผนวก	
ก. ผลงานของศิลปินบริษัท True Fantasia	84
ข. ตัวอย่างภาพลักษณ์ของศิลปินในอัลบั้มเพลง.....	98
ค. ตัวอย่างภาพลักษณ์ของศิลปินในด้านต่างๆ.....	100
ง. ตัวอย่างสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์.....	101
บรรณานุกรม	116
ประวัติการศึกษา	120

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	สรุปประเด็น Academy Fantasia 1-3.....	1

สารบัญแผนภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	ขั้นตอนของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	11
2.2	แบบจำลองของภาพลักษณ์.....	14
2.3	แบบจำลองความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย	39
4.1	สัดส่วนงานของบริษัท True Fantasia	45
4.2	ขั้นตอนที่ 1 การ Launch ศิลปินใช้เวลาทั้งหมด 3 เดือน.....	47
4.3	ขั้นตอนที่ 2 การเพิ่มคุณค่าให้แก่ศิลปิน (Value Added)	48