การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และการตัดสินใจเลือกดาวน์โหลดเพลง ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท ค่ายเพลง Love is

Consumer Awareness on Media Relations and effect on decision on Downloading Music Through Music Provider Website of Love is Music Company

โดย

ชุธีภรณ์ รัตนรัตน์
Miss Chuteeporn Ratanarat

รายงานโครงการเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน)
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2550