

ปัจจัยการสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจเลือกบริษัทประกันภัยของประชากร
ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ
Influences of Marketing Communication on Bangkok Residents's Choice of Car
Insurance Company : A Case Study of Voluntary Insurance.

โดย

วิไลรัตน์ ทิวะวงศ์

Miss Wilairat Tiwawong

รายงานโครงการเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (การจัดการการสื่อสารองค์กร)
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2551