

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

ฉลอง ภิมมย์รัตน์. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร: ประจักษ์การพิมพ์, 2521.

เดโช สนวนานนท์. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไอลิเยนสตรี, 2510.

ปรเม สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2526.

ปราณี รามสุต. จิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2528.

พรทิพย์ วรจิโกคาทร. “แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ.” ใน เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. หน่วยที่ 1-9. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.

พีระ จิรโสภณ. “หลักและทฤษฎีการสื่อสาร.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. หน่วยที่ 9-15. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2540.

ยุบล เบญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

วิเชียร วงศ์นิชชากุล. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2543.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย. เล่ม 2. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.

สุชา จันทรเอม. จิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2529.

สุปรียดา ประศาสนวินิจัย. คำบรรยายการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2506.

เสรี วงษ์มณฑา. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชีวะฟิล์มและ
ไซเท็กซ์, 2542.

เสรี วงษ์มณฑา. หลักการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2546.

อาภา จันทรสกุล. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: ศรีสงวนการพิมพ์, 2536.

เอกสารอื่น ๆ

กาญจนา ศิริอนันต์. “ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อโฆษณาแฝงในรายการเกมโชว์กรณีศึกษาเฉพาะ
รายการเกมโชว์ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน).” รายงาน
โครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

จิตรเลขา สุขเสริมส่งชัย. “การรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคสตรีที่มีต่อโฆษณาแฝงสินค้าใน
นิตยสารสตรี.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2542.

นัสดา ทมมิต. “ความตระหนักรู้และทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานถึงผลของโฆษณาที่มีต่อการ
ตัดสินใจซื้อ.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2540.

บริษัท เอจีบี เนสสัน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด. รายงานประจำปีบริษัท เอจีบี เนสสัน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอจีบี เนสสัน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด, 2551. (อัดสำเนา).

ประทุม ฤกษ์กลาง. เอกสารประกอบการสอนวิชาการประชาสัมพันธ์ขั้นสูง. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2538.

วีรพงษ์ พวงเล็ก. “การสำรวจทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการโฆษณาสินค้าแฝงในละครโทรทัศน์.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

สุชาดา วิวัฒน์วิชา. “ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อโฆษณาอารมณ์ขัน.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

อรวิ ธนพระภัสร์. “วัยรุ่นกับการสูบบุหรี่ ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มเพื่อนเพื่อเพื่อนในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.

อุริสรา โกวิทย์ดำรง. “การวิเคราะห์เนื้อหารายการให้ความรู้ขนาดสั้นทางโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์ทางการตลาดและการเปิดรับ การตระหนักรู้ทัศนคติของผู้ชมรายการ.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ข้อมูลจากเว็บไซต์ ไรต์ เว็บ

กรมการปกครอง. “ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.” <<http://www.dopa.go.th>>. 25 มกราคม 2549.

บิสิเนสไทย. “การวางสินค้าในภาพยนตร์ช่องทางการสื่อสารกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น.” <<http://www.businesssThai>>. 20 มีนาคม 2549.

วิกิพีเดีย. “ซีทคอม.” <<http://th.wikipedia.org>>. 10 กรกฎาคม 2551.