รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

นพวรรณ คล้ายโอภาส. ตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงขององค์กรในธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

รุ่งนภา พิตรปรีชา. แนวคิดการจัดการชื่อเสียงองค์กรเพื่อการยอมรับที่ยั่งยืน. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา 1 (2551): 28-37.

วรุตม์ โอนพรัตน์วิบูล. ปัจจัยการสื่อสารกับการก่อตัวและการธำรงรักษากลุ่มแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553.

สิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ. ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์. ใน เอกสารการสอนชุดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์, หน้า 190-191: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2548.

อุเทน แก้วกัณหาเดชากุล. การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สโมสรฟุตบอลอาชีพในการแข่งขันไทยพรีเมียร์ลีก ปี 2554. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

ภาษาอังกฤษ

Aaker, D. A. Building Strong Brand, New York: Free Press. 1996.

Aaker. D.A., and Keller, K.L. Consumer evaluation of brand extensions. Journal of Marketing 54 (January 1990) : 27-41.

Aaker, D.A., and Keller , K.L. Interpreting cross-cultural replications of brand extensions. International Journal of Research in Marketing 10 (March 1993) : 55-59.

Assael, H. Consumer behavior and Marketing Action. 5 th ed. South-Western College Publishing, 1995.

Assael, H. Consumer behavior: A strategic approach. Boston, MA : Houghton Mifflin, 2004.

Duncan, T. IMC: using advertising and promotion to build brands. New York, NY: McGraw-Hill, 2002.

Farquhar , P.H. Managing brand equity. Marketing Research 1 (February 1989) : 24-33.

Fombrun, C. J. 1996. Reputation: Realizing value from the corporate image. Boston, MA: Harvard Business School Press,

Fombrun, C. 2008. The Reputational Landscape. http://www.reputationinstitute.com / publication / crr files /1 1 Reputation Landscape.pdf.

Kapferer, J.N. New strategic brand management: Creating and sustaining brand equity long term, 4th ed. London, UK : Philadelphia, 2008.

Kapferer, J.N. Strategic brand Management: Creating and sustaining brand equity long term. London, UK : Kogan Page, 1997.

Keller, K.L. Conceptualizing, measuring and managing customer-based brand equity. Journal of Marketing 57 (January 1993) : 1-22.

Keller, K.L. Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall, 2003.

Keller, K.L., and Aaker, D.A. The effect of sequential introduction of brand extensions. Journal of marketing Research 29 (February 1992) : 35-50.

Kotler, P .Marketing Management Analysis Planing Implementation and Control. 9th ed. Upper Saddle River , NJ : Prentice Hall International. 1997.

Kotler, P . Marketing Management, 11th ed. New Jersey : Prentice-Hall, 2003.

Kotler, P . and Armstrong G.A. Principle of Marketing, 6th ed. Prentice Hall. 1993.

Kotler , P., and Keller, K.L. Marketing Management, 13rd ed. Upper Saddle River, NJ : Pearson Education International, 2009.

Wilcox, L. Denis, & Cameron, T. Glen. 2006. Public Relations Strategies and Tactics. 8th edition. USA: Pearson Education,

Yamane, T. 1973. *Statistics : an introductory analysis*. NY: Harper and Row.

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายพฤทธิ์ แก้วพิบูลย์ เกิดวันที่ 23 พฤษภาคม 2530 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี วารสารศาสตรบัณฑิต จากคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2551 โดยมีประสบการณ์ทำงานเป็นผู้กำกับเวที สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 และได้เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ กลุ่มวิชาการจัดการการสื่อสารแบบบูรณาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2554