

## บรรณานุกรม

### หนังสือและบทความในหนังสือ

กริช สืบสนธิ. การสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

กิติมา สุรสนธิ. ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

ชวรัตน์ เชิดชัย. การสื่อและสารวจมติ. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, 2546.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร: พีระพรีนา, 2520.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพรีก, 2545.

\_\_\_\_\_. "ความสำคัญของผู้รับสาร." ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. หน่วยที่ 6. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539.

\_\_\_\_\_. "ภาพพจน์ความหมายสูงสุดของการประชาสัมพันธ์." ใน ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.

\_\_\_\_\_. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพรีก, 2540.

พีระ จิรโสภณ. “การเลือกสรรแสงสว่างข่าวสาร.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักทฤษฎีการสื่อสาร. หน่วยที่ 10-11. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.

มานิต รัตนสุวรรณ. พลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสทอง : การบริหารวิกฤตการณ์และยุทธศาสตร์การแก้ไขภาพพจน์เชิงลบ. กรุงเทพมหานคร: ดอกหญ้ากรุ๊ป, 2548.

วิจิตร อวาระกุล. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: โอ เอส พริ้นติ้ง เฮาส์ จำกัด, 2534.

วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.

\_\_\_\_\_. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ: คู่มือการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2537.

ศุกร เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ. อาร์. บีซิเนส เพรส จำกัด, 2544.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. ระเบียบวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 12 กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา, 2546.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์ทำกันไปทำไม?. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

เสรี วงษ์มณฑา. ภาพพจน์นั้นสำคัญไฉน. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด, 2541.

อรรวรรณ ปิณฑนนโสภาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

### วิทยานิพนธ์

ปาริชาติ ศรีคชา. “การรับรู้ภาพลักษณ์เบียร์ลีโอเปรียบเทียบกับเบียร์ช้างของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

เมธา คงเมือง. “การเปิดรับสื่อ ทศนคติและพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อภาพลักษณ์เบียร์ตราสิงห์ของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2543.

ศรายุทธ ศิริไปล์. “การรับรู้การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของเบียร์สิงห์ไลท์เปรียบเทียบกับเบียร์ช้างไลท์.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

### เอกสารอื่น ๆ

ประดินันท์ อุปรมัย และ สมร ทองดี. “พัฒนาการทางอาชีพของนักเรียนสาธิตเสริมสมอง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.” รายงานการวิจัย โครงการนักเรียนสาธิตเสริมสมอง สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2534.

สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย กองปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. “จำนวนประชากรกรุงเทพมหานคร.” 2550. (อัดสำเนา)

### Books

Atkin, Charles K. New Model For Mass Communication Research. New York: The Free Press, 1973.

Bloom, Benjamin S., and Madus, George F. Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning. New York: McGraw-Hill Book Company, 1971.

Cronbach, L. J. Educational Psychology. New York: Harcourt, Brace and Company, 1963.

Cutlip, Scott M.; Center, Allen; and Broom, Glen M. Effect of Public Relation. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc., 1987.

Good, Carter V. Dictionary of Education. New York: McGraw-Hill Book Company, 1973.

Jenkins, Frank Williamby. Essentials of Public Relations. Singapore: Heinemann Asia, 1982.

Kelman, Herbert C. Compliance, Attitude Theory and Measurement. New York: John Wiley and Sons Inc., 1967.

Klapper, Joseph T. The Effects of Mass Communication. Glencoe, Illinois: Free Press, 1960.

Marston, John E. Modern Public Relations. New York: McGraw-Hill Book Company, 1979.

Newcomb, T. M. Social Psychology. New York: Dryden Press, 1954.

Roger, Everett M., and Shoemaker, Floyd. Communication of Innovations: A Cross cultural Approach. New York: The Free Press, 1971.

Rosenberg, Milton J., and Hovland, Carl I. Attitude Organization and Change. New Haven: Yale University Press, 1960.

Zimbardo, P., and Ebbesen, E. B. Influencing Attitudes and Changing Behavior. New York: Addison-Wesley Publishing Company Inc., 1969.

### ข้อมูลจากเว็ลด์ ไรด์ เว็บ

“โซดาแข่งเจาะ Non-Alcohol.” <<http://www.businesssthai.co.th>>. 19 ตุลาคม 2550.

บริษัท สิงห์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด. “ข้อมูลบริษัท.” <<http://www.boonrawd.co.th>>. 25 ธันวาคม 2550.

ผู้จัดการรายวัน. “สิงห์ทุ่ม 300 ล้าน ลุยศึกรอบทิศปลุกชีน้ำแร่ไอโอเสริมพอร์ด.” <<http://www.gotomanager.com>>. 25 ธันวาคม 2550.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. “Managing Image, Identity and Reputation.” <<http://www.ku.ac.th>>. 2545.

“หลักการประชาสัมพันธ์.” <<http://www.dca.raf.mi.th>>. 2548.