

สารบัญญภาพประกอบ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|--|------|
| 2.1 | แบบจำลองการสื่อความหมายระหว่างบุคคล | 11 |
| 2.2 | แสดงองค์ประกอบการสื่อสารตามแนวคิดของอริสโตเติล..... | 13 |
| 2.3 | แสดงองค์ประกอบการสื่อสารตามแนวคิดของโรเบิร์ต | 14 |
| 2.4 | กระบวนการสื่อสารที่เป็นการสื่อความหมายจากแหล่งข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ. | 21 |
| 2.5 | แสดงการทุ่มเทพยายามในการซื้อกับประเภทของการตัดสินใจ | 32 |
| 2.6 | แสดงความแตกต่างระหว่างการทุ่มเทสูงและทุ่มเทต่ำ | 33 |
| 2.7 | แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อ..... | 39 |
| 2.8 | แสดงลำดับขั้นตอนของผลกระทบ (Hierarchy of Effects) | 40 |
| 5.1 | แสดงขั้นตอนกระบวนการการสื่อสารการตลาดผ่านพีริตตี้ | 76 |
| 5.2 | ปฏิริยาสงกลับวิธีการโน้มน้าวใจกระตุ้นความต้องการของผู้รับสาร | 80 |
| 5.3 | แสดงลำดับขั้นตอนของผลกระทบ (Hierarchy of Effects) จากการสื่อสาร การตลาดผ่านพีริตตี้ | 83 |