

การรับรู้และการจดจำโฆษณาแฝงที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทย
Brand Perception and Brand Recall of Viewers toward Product Placement
and Product Demonstration on Thai Film

โดย

ศุภานันท์ ทองคล้าย
Miss Sayanan Thongklay

รายงานโครงการเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (การจัดการการสื่อสารองค์กร)
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2551