

## รายการอ้างอิง

### หนังสือ

- กิตติ สิริพลลภ. (2547). *การตลาดมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร. (2547). *การสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: บริษัท กลุ่มแอดวานซ์ รีเสิร์ช จำกัด.
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2544). *กลยุทธ์การสื่อสารแบบครบวงจร*. กรุงเทพฯ: บริษัท ทิปปิง พอยท์ จำกัด.
- พิบูลย์ ทีปะปาล. (2545). *หลักการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: บริษัท โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์ กราฟฟิค จำกัด.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). *Brand Management*. กรุงเทพฯ: แบรินด์เอจ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *การสื่อสารตลาดส่วนประกอบที่ขาดไม่ได้*. กรุงเทพฯ: เอเอ็น การพิมพ์.
- \_\_\_\_\_. (2540). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- \_\_\_\_\_. (2542). *กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

### เอกสารอื่นๆ

- กิตติพงษ์ สปิยรักษ์. (2548). *การบริหารตราสินค้าของเบียร์สิงห์*. โครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- เชิดพงษ์ วาณิชยานนท์. (2548). *การจัดการสื่อสารตราสินค้าของบริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้า*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- ณัฐจิรา บุญวิภาส. (2546). *การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดในบริษัทตัวแทนโฆษณา และบริษัทที่ปรึกษาการประชาสัมพันธ์ ในปี 2002*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.

- เดือนเด่น นูเรมรัมย์. (2549). *กลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารการตลาดของศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ สยามดิสคัฟเวอร์เซ็นเตอร์ และสยามพารากอน*. โครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- ทัศนัย สุวรรณะชญ. (2548). *แนวโน้มการบริหารการสื่อสารแบรนด์สินค้าไทยในยุคส่งเสริมการส่งออกปี พ.ศ. 2542 ถึง พ.ศ.2543*. โครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- บริษัทไทยแบรนด์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด. (2551). *วารสารไทยแลนด์แบรนด์*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- วันธร ตั้งสาธิตกุล. (2549). *การสร้างตราสินค้าของอินเอ็กซ์ ลิฟวิ่ง มอลล์*. โครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- ศิริลักษณ์ วงศ์สันติสุข. (2546). *กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า Propaganda*. โครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- สิรินธิ์ วิริยะศิริ. (2545). *กลยุทธ์การบริหารสื่อสารทางการตลาดเพื่อรักษาความเป็นผู้นำในตลาด : กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ไวตามินดี แบบยูเอชที*. โครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- สิริพร ปันณกาญจนวงศ์. (2545). *การสื่อสารตราสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผสมพร้อมดื่ม ไนท์ (nite)*. โครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.

## Books

- Aaker, David A. (1996). *Building Strong Brand*. London: Simon & Schuster.
- Alan Weiss. (2002). *How to Establish a Unique Brand in the Consulting Profession*. San Francisco: Jossey-Bass/ Pfeiffer.
- Mark Blair. (2003). *360 Degree Brand in Asia*. New York: John Wiley & Sons Inc.

Schultz, Don E. (1995). *Strategic Advertising Campaigns*. 2<sup>nd</sup> ed. Lincolnwood Illinois:

NTC Business Book.

Standley, Richard E. (1991). *Promotion Advertising Publicity Personal selling Sale*

*Promotion*. 2<sup>nd</sup> ed. California: Wedworth.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

วิมล อังสุนนทวิวัฒน์. แบรินด์ไทย...ในกระแสโลกาภิวัตน์. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2552,

จาก [www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=70301](http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=70301)