

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 กระบวนการสร้างแบรนด์	23
2.2 องค์ประกอบสำคัญของรูปแบบการสร้างแบรนด์	33
2.3 รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ.....	44
2.4 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบบูรณาการ.....	46
2.5 แสดง 4 P's และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ.....	49
2.6 แบบจำลอง 4 R ทางการตลาด	55
2.7 แสดงกระบวนการเลือกสรร 3 ขั้น.....	70
2.8 แบบจำลองกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการสร้างแบรนด์ของสถาบัน อุดมศึกษาเอกชนที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา	81