

บรรณานุกรม

หนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541.

กฤษณ์ รื่นรมย์. การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด: สร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อินโนกราฟิกส์ จำกัด, 2537.

เกษม จันทรน้อย. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์, 2537.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2540.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538

ยุพา สภากุล. การสื่อสารมวลชน. เชียงใหม่: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2534.

โยธิน ศันสนยุทธ์. มนุษย์สัมพันธ์จิตวิทยาการทำงานในองค์กร. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2530.

วุฒิชัย จ้าง. พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2523.

สุดาตวง เรืองรุจิระ. นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. กรุงเทพมหานคร: ประกายพริก, 2538.

เสรี วงษ์มณฑา. กลยุทธ์การตลาด ยุทธวิธีโปรโมชั่น. กรุงเทพมหานคร: สามเกลอ, 2540.

เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและการปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: วีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2542.

บทความ

“อานิสส์เอฟทีไอไทย-ญี่ปุ่น ธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาคึก.” มติชน (24 มกราคม 2550):19.

วิทยานิพนธ์

ทัศนรินทร์ วุฒิวิทย์การ. “การสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ โตโยต้า คัมรี่ รุ่น All New Camry ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคล มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

ผกาพันธุ์ อยู่ไทย. “การสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุค 3 จี.” วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

วรวรรณ แสงทอง. “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออรรถระบะของผู้ใช้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

สมควร เจริญสุข. “พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

Books

Klapper, Josept T. The Effect of Mass Communication. New York: The Free Press, 1960.

Lovelock, Christopher H., and Wright, Lauren K. Principles of Service Marketing and Management. 2nd Ed. New Jersey: Pearson Education, 1999.

McCombs, Maxwell, and Becker, Lee B. Using Mass Communication Theory. Engle Cliffs New Jersey: Prentice-Hall, Inc. 1979.

Shramm, Wilbur, and Roberts, Donal F. The Process and Effect of Mass Communication. Urbana: University of Illinois Press, 1971.

ข้อมูลจาก เวิลด์ ไวด์ เว็บ

โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นไมนิจิ. <[http: //www.mainichiacademicgroup.com/](http://www.mainichiacademicgroup.com/)>. พฤษภาคม
2551.