

การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อนมผงดัดแปลง
สำหรับเด็กวัย 1-3 ปี ของมารดา

โดย

นางสาวพิมพ์วิมล ภัคดีไทย

รายงานโครงการเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2553

Marketing Communications Affecting the Behaviors of Moms on
Buying Follow on Milk Formula

By

Miss Phimrawin Phakdeethai

An Individual Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in
Corporate Communication Management
Faculty of Journalism and Mass Communication
Thammasat University

2010