

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญแผนภูมิ	(8)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
ขอบเขตการศึกษา.....	4
ข้อจำกัดในการศึกษา.....	4
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
2. แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดด้านกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์.....	7
แนวคิดด้านการบริหารและผลักดันโปรเจกต์	9
แนวคิดด้านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่.....	10
แนวคิดการผลิตภาพยนตร์ด้วยเงินทุนต่ำ	12
แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	14
แนวคิดการวางแผนการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร	16
แนวคิดด้านการสร้างภาพยนตร์สารคดี.....	17

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
3. วิธีการศึกษา	27
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	28
การวิเคราะห์ข้อมูล	30
การนำเสนอผลการวิจัย.....	30
4. ผลของการศึกษา.....	31
โครงสร้างองค์กรและการบริหารองค์กรของบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไทย หับ จำกัด	31
ขั้นตอนการผลักดันโปรเจกต์ภาพยนตร์ตามลำดับเวลา กรณีศึกษา :	
ภาพยนตร์สารคดีเรื่อง Final Score 365 วัน ตามติดชีวิตเด็กเอ็นท์.....	37
5. สรุปผลการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	66
สรุปกลยุทธ์การผลักดันโปรเจกต์ภาพยนตร์สารคดีเรื่อง Final Score 365 วัน	
ตามติดชีวิตเด็กเอ็นท์.....	66
ข้อเสนอแนะทั่วไป	79
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต	80
ภาคผนวก	
ก. รายละเอียดทั่วไปเกี่ยวกับภาพยนตร์สารคดี เรื่อง Final Score 365 วัน	
ตามติดชีวิตเด็กเอ็นท์.....	82
ข. ไปสเตอร์ภาพยนตร์สารคดีเรื่อง Final Score 365 วัน ตามติดชีวิตชีวิตเด็กเอ็นท์ ..	87
ค. เพลงประกอบภาพยนตร์สารคดีเรื่อง Final Score 365 วัน ตามติดชีวิตเด็กเอ็นท์ .	89

ง. ตัวอย่างผลงานการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ของแผนกประชาสัมพันธ์และการตลาด: กรณีศึกษา ภาพยนตร์เรื่อง Final Score 365 วันตามติดชีวิตเด็กเอ็นท์.....	93
จ. ตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการสื่อสารทางการตลาดของภาพยนตร์สารคดี เรื่อง Final Score 365 วัน ตามติดชีวิตเด็กเอ็นท์	105
ฉ. รายชื่อภาพยนตร์ที่ผลิตโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไทย หับ จำกัด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 - 2550.....	118
บรรณานุกรม	119
ประวัติการศึกษา.....	124