บรรณานุกรม

หนังสือ

มาร์ติน ลินสตอร์ม. Brand Sense กลยุทธ์สร้างแบรนด์ทรงพลังด้วยรูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส. แปลโดย หทัยชนก เตชะรัตนะวิโรจน์. กรุงเทพ: Brand Age Book, กุมภาพันธ์ 2549.

รติ พันธุ์ทวีและคณะ. Big Brand, Grand Idea. กรุงเทพฯ: ฐานมีเดีย เน็ตเวิร์ค, 2549.

ศรีกัญญา มงคลศิริ. Power GENS Branding. กรุงเทพฯ: Brand Age Book, 2548.

บทความในวารสาร

พิพัฒน์ จันทร์อดิศรชัย. “ฮอนด้า “คลิก” จับมือเอเอฟ 2 พลิกตลาด.” นิตยสารข่าวการตลาดโฟร์-พี ปีที่ 4 (ตุลาคม 2549): หน้า 80-83.

“วันสบายๆของคุณกับรถจักรยานยนต์ YAMAHA FINO.” นิตยสาร Ei (ตุลาคม / พฤศจิกายน 2549)

“ฮอนด้า คลิก! คลิกใจคนวัยมันส์.” นิตยสาร Brand Age Magazine ปีที่ 7 (มีนาคม 2549)

เอกสารอื่นๆ

“การสรุปแผนกลยุทธ์ทางการตลาดรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ปีพ.ศ. 2549.” Strategic Planning Group บริษัท ชูโอเซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน), 2549.

“รายงานการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคผู้ใช้รถจักรยานยนต์เชิงลึก.” บริษัท เอที แวนเทจ จำกัด, 2548.

“สรุปผลการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม.” Business Development, Inspire Research Co., Ltd, 2549.

“เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์.” บริษัท อาซิแอม เบอร์สัน-มาร์สเตลเลอร์ จำกัด, 2549.

“เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์.” แผนกส่งเสริมการขาย บริษัท เอ.พี. ฮอนด้า จำกัด, 2549.

<u>สัมภาษณ์</u>

โกวิท ยงค์เกียรติพานิชย์. Client Service Director บริษัท ชูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 8 สิงหาคม 2549.

จุฑามาศ อินปริงกานันท์. ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการขาย บริษัท เอ.พี. ฮอนด้า จำกัด. สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2549.

ชุติมา วิริยะมหากุล. Strategic Planning Manager บริษัท ชูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549.

ดวงใจ ตั้งยิ่งเจริญ. Deputy Account Director บริษัท ชูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 17 สิงหาคม 2549.