

รายการอ้างอิง

- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2531). แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสาร. ใน *พลศาสตร์ของการสื่อสาร* (หน่วยที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2553). แนวทางทางการปรากฏของสินค้าในเนื้อหารายการทางสถานีวิทยุโทรทัศน์. ใน *ร่างประกาศสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค* (น. 1-3). กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- ฉัตรชัย เตชะวรุณ. (2547). *เคล็ดลับดูแลรักษาร่างกายและจิตใจให้แจ่มใสเช่นวัยหนุ่มสาว*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). ตรัง: คนทำหนังสือ.
- บริษัท เอจีพี เนลสัน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด. (2553). รายงานประจำปีเดือนธันวาคม 2552. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- บริษัท เอจีพี เนลสัน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด. (2553). ค่าความนิยมของรายการสุขภาพทางโทรทัศน์. ใน *รายงานประจำปีเดือนตุลาคม 2552* (น. 9). กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- บุญรักษ์ บุญยะเขตมาลา. (2537). *ฐานันดรที่สี่จากระบบโลกถึงรัฐไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คปไฟ,
- ประมะ สตะเวทิน. (2539). *การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

เอกสารอื่น ๆ

- วีรพงษ์ พวงเล็ก. (2547). *การสำรวจทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการโฆษณา สินค้าแฝงในละครโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- สุกนิช ฉัตรดำรงค์. (2541). *การตระหนักรู้และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการวางสินค้าในภาพยนตร์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.

- สุภาณี แก้วมณี. (2547). *การรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์. (2543). *การศึกษาแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อ สำหรับนักวิจัยสื่อสารมวลชน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

Books

- Silverblatt, A. & Eliceiri, M. E. (1997). *Dictionary of Media Literacy*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Silverblatt, A. (1995). *Media literacy: Keys to interpreting media message*. Westport, CT: Praeger.
- Berkowitz, E. N. & others. (1997). *Marketing*. USA: Irwin/McGraw-Hill.
- Ford, J., & Ford, B. (1993). *Television and Sponsorship*. England: Focal Press.
- Tellis, G. J. (1997). *Advertising and sales promotion strategy*. USA: Addison Wesley.
- Hobb, R. & Kubey, R. (2001). *Media literacy in the information age: Current perspectives*. (6th ed.). USA: Transaction Publishers.
- Potter, W. J. (2001). *Media Literacy*, Second edition. USA: Sage.

Articles

- D'Astous, A., & Seguin, N. (1999). Consumer reactions to product placement strategies in television sponsorship. *European Journal of Marketing*, 33, 896-910.
- Gupta, P. B., & Lord, K. R. (1998). Product Placement in movies: The effect of prominence and mode on audience recall. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 20, 47-49.

ข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

กระทรวงมหาดไทย, กรมการปกครอง, สำนักทะเบียนกลาง. (31 ธันวาคม 2551).

จำนวนประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2552, จาก

http://www.dopa.go.th/stat/y_stat51.html

โครงการเฝ้าระวังสื่อ. (ม.ป.ป.). โฆษณาแฝงในฟรีทีวี. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2552, จาก

<http://www.consumerthai.org>

โฆษณาแฝงล้นจอ สาทิตยั้ง สคบ.ปราบ เอเจนซีเล่นแฉ. (21 สิงหาคม 2552). *บางกอกบิสิเนสส์*.

สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2552, จาก <http://www.bangkokbiznews.com>

ชวนะ ภวานันท์. (ม.ป.ป.). *Product Placement*, โอกาสของโฆษณายุคกฎระเบียบราชการ

รู้ไว้. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2552, จาก <http://www.businesssthai.co.th>.

ฟรีทีวีรับลูกคุมเข้มโฆษณาแฝง ช่อง 5 เอาพวกซิกแซ็ก ขึ้นระงับออกอากาศ ส.โฆษณาฯ ชงเรื่อง

เพิ่มเวลาพิเศษ. (23-25 สิงหาคม 2552). *ฐานเศรษฐกิจ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน

2552, จาก <http://www.thannews.th.com>

Center for Media Literacy. (n.d.). *10 Classroom Approaches to Media Literacy*.

Retrieved November 18, 2009, from http://www.medialit.org/reading_room/

[article338.html](http://www.medialit.org/reading_room/article338.html)