

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และความรู้สึกของกลุ่มผู้บริโภคหญิงโสดใน
กรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาดของแผนกสินค้าแฟชั่นสตรี
ของบริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด

The Impacts of Consumer Affection and Lifestyle on The Marketing Communication
of The Mall Group Co., LTD.'s Ladies Section

โดย

ภัทรพร สังขสุบรรณ

Miss Pataraporn Sangkasubun

รายงานโครงการเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน)

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2549