

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
2.1 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบของการดำเนินชีวิต	19
2.2 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบของการดำเนินชีวิต	20
2.3 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม	21
2.4 แสดงการรับรู้ต่อลักษณะภายนอก	37
2.5 แสดงการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค	38
2.6 แสดงความรู้สึของผู้บริโภคต่อแบรนด์หรือตราสินค้า	40
2.7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเครื่องมือทางการตลาดและการสื่อสาร	42
2.9 แสดงขั้นตอนการวางแผนสื่อสารการตลาด	48
2.8 แสดงรูปแบบของการสื่อสารแบบครบวงจร (IMC)	52
2.10 แสดงกรอบการศึกษา	58