

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรแก้ว เพชรจำรัส (2546) “ปัจจัยการเปิดรับข่าวสาร การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมต่อ
ภาพลักษณ์ของบ้านจัดสรร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติเทศ
ศาสตรธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- เกศรา ชั่งชลิต (2544) “การแสวงหาข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสาร ผ่าน
เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล”
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร ภาควิชา การ
ประชาสัมพันธ์ คณะ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ขนิษฐา เบญจกุล (2535) “ทัศนคติการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดี: ศึกษา
เฉพาะกรณีรายการหนึ่งในร้อย” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ชลาลัย นาควิไล (2545) “สถานภาพการวางแผนสื่อโฆษณากับแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบ
ผสมผสาน” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชา
การประชาสัมพันธ์ คณะ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ (2548) การสื่อสาร ณ จุดขาย หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ วันที่18
กุมภาพันธ์ 2548 พิมพ์ดีการพิมพ์
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ สุณี เลิศแสงกิจ และวินัส อัสวสิทธิถาวร (2544) การบริหารงานโฆษณา สำนักพิมพ์
วังอักษร
- ทิพวรรณ แสงศรี (2546) “การวิเคราะห์เนื้อหาความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารลีซ่า”
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์สื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- นารีมาน มะเส็ง (2538) “การเปิดรับข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากสื่อในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- บริสุทธิ์ กาสินพิลา (2547) การตลาดที่หลากหลาย Business Thai: 2004 A.R.Information & Publication
_____. (2547) สื่อโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ Business Thai: 2004 A.R.Information & Publication
- บุญศรี พรหมมาพันธุ์ (2547) “ประมวลสาระชุดวิชาวิทยานิพนธ์ 1” หน่วยที่ 3 สาขาวิชานิติศาสตร
นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ปรมะ สตะเวทิน (2538) หลักนิติศาสตร์ กรุงเทพมหานคร ภาพพิมพ์

- ปมข สุกสาร และชาญนริศ บุญพารอด (2531) “ประเภทของสื่อโฆษณา” เอกสารการสอนชุดวิชา
ธุรกิจการโฆษณา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 2
นนทบุรี สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ปิยวรรณ หอมฉวี (2539) “แนวคิดการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต” วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท นิเทศศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พงศ์ชาติ วชิโรภาสกรณ์ (2539) การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต กรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัยคณะ
นิเทศศาสตร์ ภาควิชาสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พัชรชาติ พลศักดิ์ (2546) “พฤติกรรมกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสารใน
หนังสือพิมพ์ธุรกิจ ของนักศึกษาระดับปริญญาโท ด้านบริหารธุรกิจ หลักสูตรผู้บริหารใน
เขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะ
วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พัชนี เขยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ (2534) แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ พิมพ์
ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- _____. (2538) แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง
- พิบูล ทีปะपाल (2545) การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย: โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค
- พนา ทองมีอาคม (2542) เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ภูเบศร์ สมุทรจักร (2548) “IMC 4 ขั้นตอนของการสื่อสารการตลาด เพื่อไม่ให้ลูกค้าว่าเหว” Bizweek 28
(ตุลาคม-3 พฤศจิกายน 2548)
- มาลี เครือจรัดอนันต์ (2531) บทบาทของการณรงค์โฆษณาในธุรกิจบ้านจัดสรร
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) การวิเคราะห์ผู้รับสาร โครงการตำรา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รินฤดี เตชะอินทรวงศ์ (2541) “การสื่อสารการตลาด ณ จุดขาย และพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคใน
เขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ คณะ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร (2543) “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริม
อุตสาหกรรมของ สถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)”
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะ นิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- วรวุฒิ หมดป้องตัว (2535) *การสื่อสารทางการตลาดกรณีศึกษาการขยายโครงการของบริษัท ซีโก้มูดี แลนด์ จำกัด วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต*
- วัฒนพร ปันมณี (2538) *กระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าอสังหาริมทรัพย์ ทางสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- วิไลพร จิตต์จุวานนท์ (2543) “การเปิดรับ ทักษะคิด การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากเว็บไซต์ การศึกษาของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย (School-NET) ในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วุฒิชัย จ่านงค์ (2523) “การจูงใจในองค์การธุรกิจ” กรุงเทพฯ โอเดียนสโตร์
- ศิราณี อนุศิลป์ชาญ (2531) *การใช้สื่อและการรับรู้ในประโยชน์ของข่าวสารภายหลังการรู้หนังสือของผู้รู้หนังสือใหม่ วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) *การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด: กรุงเทพฯ: วิถีทัศน์พัฒนา*
- สุรพงษ์ โสชนะเสถียร (2533) *การสื่อสารกับสังคม กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- สุภาพร ปาละลักษณ์ (2541) *พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมกาบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540) *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด กรุงเทพมหานคร : วิถีทัศน์พัฒนา.*
- เสกสรร สายสีสอด (2542) *การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา อาจารย์ และผู้บริหาร สถาบันราชภัฏอุดรธานี วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการหนังสือพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- Defleur, M.L. and Rokeach, S. Ball. (1982) *Theories of Mass Communication* 4th ed. New York: Longman.
- Fiddler, (1978) *An introduction to the mass media: New York N.Y. Harcourt Brace Jovanovich*
- John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein (1971) *Media Messages and Men* New Perspection in Communication . New York : David Mckay
- Klapper, J.T. (1960) *The Effects of Mass Communication.* New York: The Free Press.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (1993) *Marketing: An Introduction* 3rd ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- McCombs, Maxwell E. and Becker, Lee B. (1979). *Using Mass Communication Theory*. Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall.
- Nylen, D. W. (1993) *Advertising: Planning, Implementation, & Control* 4th ed. Cincinnati, OH: South-Western Publishing.
- O'Guinn, T. C., Allen, C. T., & Semenik, R. J. (1998) *Advertising*. Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.
- Rayburn II. J. D., and P. Palmgreen (1984) *Merging Uses And Gratifications And Expectancy-Valu Theory, Communication Research*
- Samuel L. Backer (1971) *Discovering Mass Communication*, Illinois: Scott Foresman and Glenview,
- Wilbur Schramm. (1973). *Men, Woman, Message and Media: A Look at Mass Communication*. New York: Harper and Row Publisher.
- Surmanek J. (1994) *Introduction to Advertising Media: Research, Planning, and Buying*. Lincolnwood, IL: NTC Business Books.
- Taro Yamane (1970). *Statistic: an Introductory Analysis*, 2nd ed. New York : Harper & Row
- www.kland.co.th, (2550) บริษัท กรุงเทพบ้านและที่ดิน จำกัด (มหาชน)