

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

กิ่งพร ทองใบ. "ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค." ใน เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการบริหารการตลาด. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.

ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, 2527.

ธีรพันธ์ โลหะทองคำ. Event & Sponsorship. กรุงเทพมหานคร: ไฮเออร์เพรส, 2546.

นพรัตน์ ภูมิวุฒิสสา. การจัดการการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

บริษัท ไอดี-ไอเดีย จำกัด. รายงานผลการจัดกิจกรรมโดฟ. กรุงเทพมหานคร: มปท, 2549.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2526.

พัชนี เชยจรรยา. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เจริญผล, 2534.

ยุพา สุภากุล. การสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: โอ. เอส. พริ้นติ้งเฮาส์, 2540.

ลักขณา สตะเวทิน. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: เพ็ญฟ้าพริ้นติ้ง, 2542.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การส่งเสริมการขาย. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2534.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด, 2543.

สมจิตร ล้วนเจริญ. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, 2532.

สุปัญญา ไชยชาญ. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ พี. เอ. ลิฟวิง, 2542.

เสรี วงษ์มณฑา. การโฆษณาเชิงปฏิบัติการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ. เอ็น. การพิมพ์, 2540.

เสรี วงษ์มณฑา. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชีวะฟิล์ม
และโซเท็กซ์, 2542.

เสรี วงษ์มณฑา. ครบเครื่องเรื่องสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร, 2547.

องอาจ ปทะวานิช. "การบริหารและการควบคุมทางการของธุรกิจขนาดย่อม." ใน เอกสาร
ประกอบการสอนวิชาการบริหารธุรกิจขนาดย่อมและการค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร:
กิงจันทร์การพิมพ์, 2533.

บทความ

บริษัท เอซีนิลสัน จำกัด. "brand activation คีทชนข้างตลาดแคมพู." บิสเนสไทย
(11 กันยายน 2549):4

วิทยานิพนธ์

วรรณิการ์ ภูมิวงศ์พิทักษ์. "ปัญหาและอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการ
ครอบครัวและชุมชนพัฒนา: ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนดวงแข เขตปทุมวัน
กรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.

อภิรดี นิตูธร. “อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้อัตราเครดิต
ของคณกรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

เอกสารอื่น ๆ

จินตวิทย์ ปรชญาวาทิน. “กิจกรรมพิเศษ: เครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้าง
ภาพลักษณ์ กรณีเฉพาะการจัดกิจกรรมพิเศษของห้างสรรพสินค้าเซ็น.” สารนิพนธ์
บัณฑิต สาขาวิชาประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

พุทธมาศ อมรวัฒนา. “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมโดฟ.”
รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2547.

ศิริรัตน์ จันทนป. “กลยุทธ์การจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อสร้างตำแหน่งครองใจด้านภาพลักษณ์
ของตราสินค้าฟูบู (FUBU).” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

อนุภาพ ภิระลาภ. “การวิเคราะห์เชิงสมมุติฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชนบท:
ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี.” สารนิพนธ์บัณฑิต
คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2528.

อภิรดี ศรีจินดา. “กิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ยูโนเด็ด บรอดคาสติ้ง
คอร์ปอเรชั่น (ยูบีซี) กรณีศึกษาโครงการ Academe Fantasia.” รายงานโครงการ
เฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

อาทิตย์ กิจประเสริฐกุล. “Special Event...ตัวต่อชิ้นสำคัญทางการตลาด.” สารนิพนธ์บัณฑิต
สาขาวิชาโฆษณา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

สัมภาษณ์

มาลินี อุดมเจริญชัยกิจ. ผู้ช่วยผู้จัดการผลิตภัณฑ์โดฟ, 8 พฤศจิกายน 2549.

Books

Assael, H. Consumer Behavior and Marketing Action. 6thed. New York: South-Western College Publishing, 1985.

Duncan, T. R. Principle of advertising and IMC. New York: McGraw-Hill, 2005.

Klapper, Joseph T. The Effect of Mass Communication. New York: The Free Press, 1960.

Schramm, Wilber. Mass Communication. 2nded. Urbana: University of Illinois Press, 1960.

ข้อมูลจาก เวิลด์ ไวด์ เว็บ

“ผลการวิจัยการสำรวจพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย.”

<http://www.brandage.com/issue/edn_detail.asp?id=1179>.

31 พฤศจิกายน 2549.