

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541.

เพ็ญแข แสงแก้ว. การวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : บริษัทบุญศิริการพิมพ์ จำกัด, 2538.

ปิยะ อุทาโย. การสร้างมาตรวัดความพึงพอใจของประชาชน. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2534.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2539.

เสรี วงษ์มณฑา. กลยุทธ์การตลาด ยุทธวิธีในการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร. สามเกลอ, 2528.

เอกสารอื่น ๆ

ชุติมา ยวนินิ. “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าภายหลังการขาย : กรณีศึกษาเปรียบเทียบรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของโตโยต้าและฮอนด้า.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2547

ผจญจิตต์ สุขมนัส. “การเปิดรับข่าวสาร กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตกของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2539.

Books

DeFleur, Melvin L., and Dennis, Everette E. Understanding Mass Communication. Boston, Houghton Mifflin, 1966

Klapper, Joseph T. The effects of mass communication. New York, Free Press, 1960

Kotler, Philip. Marketing : an introduction. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall, 1993.

McCombs, Maxwell E., and Becker, Lee B. Using Mass Communication Theory.
Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1979.

