

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ชยากร บัวขวัญ. (2548). กลยุทธ์และกลวิธีการวางตำแหน่งตราสินค้าของนักโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลูด นิ่มเสมอ. (2553). องค์ประกอบศิลป์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- เยาวเรศ รัตนอักษรศิลป์. (2546). การใช้รูปแบบอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลโทโบกราฟฟิกเพื่อ ออกแบบเอกลักษณ์องค์กร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการนิเทศศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริกานัญจ จินตบัญญัติ. (2553). ทักษะคิดและกระบวนการควบคุมตนเองของผู้บริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพ ศึกษากรณีกลุ่มลูกค้าร้านอาหารประเภทกลุ่มเลือด มังสวิรัติและ แมคโคไบโอติกส์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชา สังคมวิทยา คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อริชัย อรรถอุดม. การพัฒนาแนวคิดและมาตรฐานวัดต้นแบบตราสินค้าเพื่อประยุกต์ใช้เชิงการ สื่อสาร การตลาด. (2552). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัญญา เขาวีวัฒน์กุล. (2550) การสื่อสารการตลาดเชิงประสบการณ์ของทรู คอฟฟี่. โครงพิเศษปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2541). การออกแบบตราสัญลักษณ์. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชา นฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอื้อเอ็นดูติศกุล ณ อัญญา. (2543). ระบบป้ายสัญลักษณ์. กรุงเทพมหานคร: พลัสเพลส.

ภาษาอังกฤษ

- Asseal, H. (2004). Consumer behavior : A strategic approach. Boston, Ma: Houghton Hiffilin
- Belch, G. E., and Belch, M. B. (2004). Advertising and promotion : An integrated marketing communications perspective. 6th ed. New York: McGraw-Hill

- Ducan, T. (2005). *Principles of advertising & IMC*. 2nd ed. Boston: McGraw-Hill.
- Hoyer, W. D., and MacInnis, D. J. (2001). *Consumer behavior*. 2nd ed. Boston: Houghton Mifflin.
- Mario, P. (2002). *Creative advertising : Ideas and techniques form the world's best campaigns*. Thames & Hudson.
- Naomi Kuno and FORMS Inc. /Color Intelligence Institute. *Tasteful color Combinations*.
- Paul, M. (1997). *Visual Persuasions : The role of Images in advertising*.
- Schiffman, Leon, G., & Leslie Lazar Kanuk. (1994). *Consumer behavior*. New York : Prentice Hall.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing*. New York: Free Press.
- Thai Farmers Research Center Co.,Ltd. (1996). *Premium coffee : Stellar trend for Thai cafes*.
- Wucius, W. (1972). *Principles of two-dimensional design*. New York: Van Nostrand Reinhold.

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายอัครพล นาคสวัสดิ์ เกิดเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2531 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต ภาควิชาออกแบบทัศนศิลป์ สาขาวิชาออกแบบสื่อสาร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ปีการศึกษา 2552 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาอนุมิติศิลป์ สาขาวิชาเรขศิลป์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2555