

บรรณานุกรม

- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ, IMC & Marketing Communication กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5 .
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์Brandagebooks.2548 .
- เดือนเด่น นูธรรมย์. วิทยานิพนธ์เรื่องกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารการตลาดของศูนย์การค้า
สยามเซ็นเตอร์ สยามดิสคัฟเวอรีเซ็นเตอร์ และสยามพารากอน.
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.2549 .
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ, กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร Strategic IMC. กรุงเทพมหานคร:
บริษัท ทิปปิง พอยท์ จำกัด.2544 .
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ, Inside IMC เจาะลึกถึงแก่น ไอเอ็มซี. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ทรู เดอะไลน์
คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด.2551 .
- พนารัตน์ แซ่ลิ้ม.2544. ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษา
ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์, ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประสมพันธ์กับภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 4 .
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพริก.2540 .
- ละเอียด ศรีหาเหง้า. 2549. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกศึกษาต่อใน
โรงเรียนระดับอาชีวศึกษาของเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ :
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิชา จันทร์จิราวุฒิกุล, องค์การ การจัดการ การบริหารและวางแผน, 2543 .
- วิมาลา สุริยดิศชัย. วิทยานิพนธ์เรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดมีผลต่อ
ภาพลักษณ์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อมใช้วันทูคอล.วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.2548 .
- วิรัช ลภีรัตนกุล, การประชาสัมพันธ์แบบสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 5 .กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.2540 .
- วิรัตน์ โมรา. 2544. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับ ปวส. ตามการรับรู้ของนักศึกษา
ปวช. ตามการรับรู้ของนักศึกษา ปวช. ชั้นปีที่ 3 ของโรงเรียนเทคโนโลยีเอเชีย.
เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิไล ตั้งจิตสมคิด. 2539. การศึกษาไทย. กรุงเทพฯ: โอเอส พรินติ้งเฮาส์.

ศราวุธ ศิริไพล. วิทยานิพนธ์เรื่องการรับรู้การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของเบียร์สิงห์
ไลท์เปรียบเทียบเบียร์ช้างไลท์. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

2550 .

สาคร สุขศรีวงศ์, การจัดการ จากมุมมองนักบริหาร. กรุงเทพมหานคร: บริษัทจี.พี. ไชเบอร์ พรินท์
จำกัด, 2550 .

สมวงศ์ พงศ์สถาพร, Practical IMC การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานภาคปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 2 .
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์Brandagebooks.2549 .

สมยศ นาวิการ, การบริหาร Management. พิมพ์ครั้งที่ 2 .กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า,
2538 .

เสรี วงษ์มณฑา และ ดร. ชูชนะ เตชคณา, คู่มือลึกลับแบรนด์. กรุงเทพฯ: บริษัท ฐานการพิมพ์จำกัด.
2550.

เสรี วงษ์มณฑา, ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.2540 .

“ภาวะการแข่งขันที่รุนแรง”. 2547. ผู้จัดการรายสัปดาห์ 31 พฤษภาคม : 1.

“มหาวิทยาลัย พลิกตำราสู้ ม. เอกชนแข่งปรับเกมตลาดดึงดูดนักศึกษา”. 2550. บิสิเนสไทย
24 เมษายน : 1.

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 2554. “รู้จัก ม.กรุงเทพ.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.bu.ac.th/th/aboutbu/organization.php> (25 มิถุนายน 2554).

“เปิดสูตรลับการตลาดมหา’ลัย พิชิตใจวัยเรียน.” 2554. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.positioningmag.com> (20 เมษายน 2554).

“แนะนำสถาบัน” 2554. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://campus.sanook.com/recommended> (20 เมษายน 2554).

“ดีกสวฯในมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.” 2554. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.dek-d.com/board/view.php?id=1248049> (5 ตุลาคม 2554).

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 2554. “Creative University.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

http://admission.bu.ac.th/index.php?option=com_content&view=article&id=1099
(5 ตุลาคม 2554).

สำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2554. “สรุปสาระสำคัญของ
แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

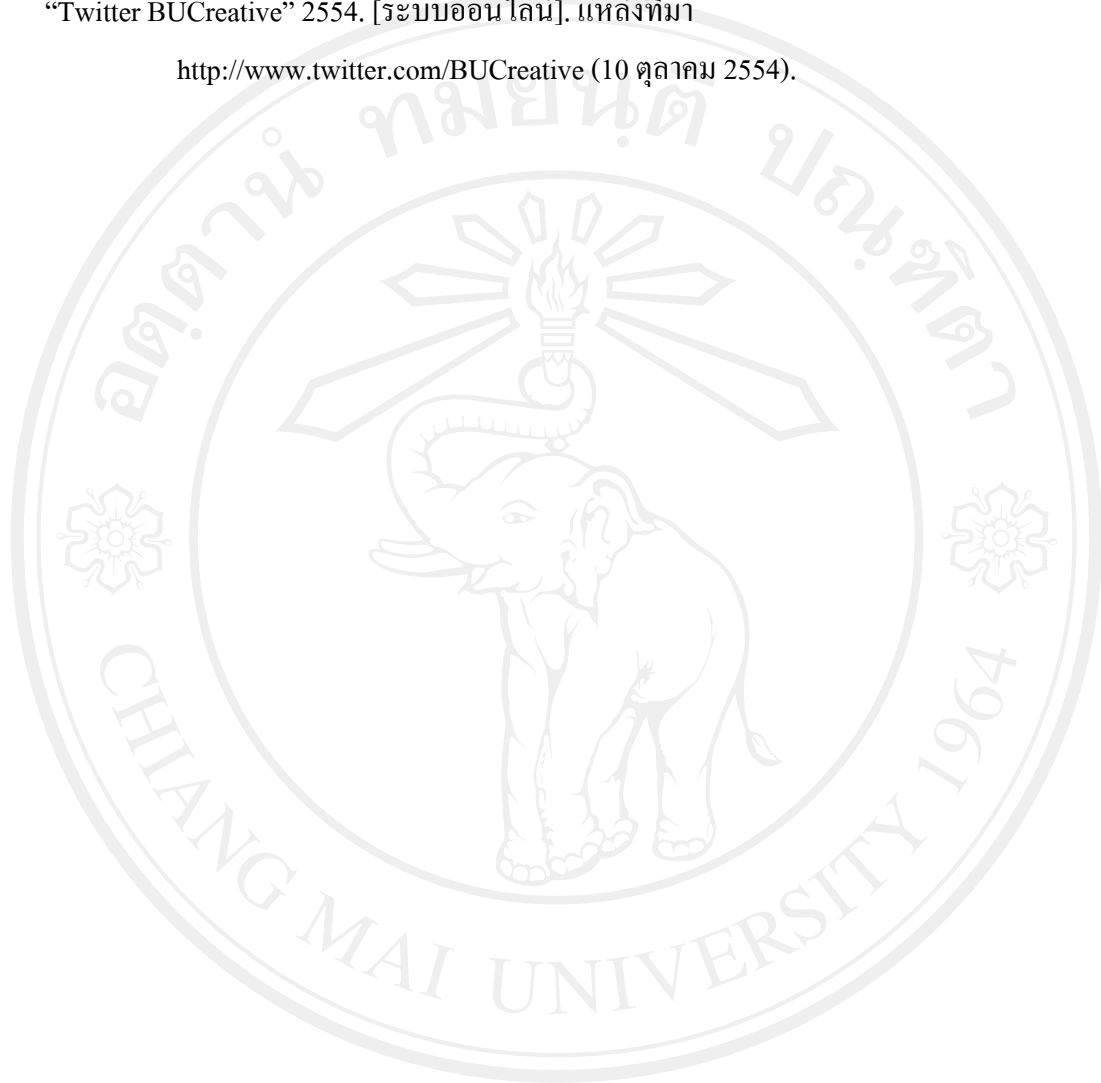
<http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=139> (10 ตุลาคม 2554).

“facebook Bangkokuniversity” 2554. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.facebook.com/bangkokuniversity>(10 ตุลาคม 2554).

“Twitter BUCreative” 2554. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.twitter.com/BUCreative> (10 ตุลาคม 2554).



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved