

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญภาพประกอบ.....	(6)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	4
ขอบเขตการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	5
2. แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเรื่องโฆษณาแฝง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับขั้นตอนการวางแผนการปฏิบัติงานโฆษณา	11
แนวคิดเกี่ยวกับ กลยุทธ์การโฆษณาและการรณรงค์โฆษณา	13
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม.....	21
แนวคิดเรื่องภาพเสนอ.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26

3. ระเบียบวิธีการศึกษา	28
วิธีการศึกษา	28
แหล่งข้อมูล.....	28
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	31
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล	33
การวิเคราะห์ข้อมูล	34
4. ผลการศึกษา.....	35
ส่วนที่ 1 แนวทางในการวางกลยุทธ์การทำโฆษณาแฝงของ ยี่ห้อยเนสกาแฟ เรดคัพ	35
ส่วนที่ 2 วิธีการการบริหารการทำโฆษณาแฝงของ ยี่ห้อยเนสกาแฟ เรดคัพ...	54
ส่วนที่ 3 ความแตกต่างของกลยุทธ์และการบริหารงานการทำโฆษณาแฝง ของยี่ห้อยเนสกาแฟเรดคัพ ระหว่างรายการเล่าข่าวกับรายการ ละครยาว	63
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	67
สรุปผลการศึกษา	67
อภิปรายผล.....	74
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้.....	78
ข้อเสนอแนะต่อการศึกษาในอนาคต.....	78
รายการอ้างอิง.....	79
ภาคผนวก.....	81
ประวัติการศึกษา.....	108