

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

ทัศนัย สุนทรวิภาค. (2551). *การจัดการโฆษณา*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นิทรา อติสรสุวรรณ. (2552). *การบริหารการสื่อสารด้วยกลยุทธ์การวางสินค้าในละครโทรทัศน์ประเภทชีวิตคอม*. กรุงเทพฯ: ศาลาแดง.

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ: Diamond in Business world.

เสรี วงษ์มณฑา. (2546). *หลักการโฆษณา*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

เสรี วงษ์มณฑา. (2547). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: Diamond in Business world.

ศรีสุภา สหชัยเสรี. (2547). *Marketing 101 การบริหารการตลาดในยุคเศรษฐกิจใหม่: แนวคิดและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เอกสารอื่น ๆ

กัญญา ทองคำ. (2551). *การเปิดรับโฆษณาแฝงในรายการ ทางสถานีโทรทัศน์ สีช่อง 3 ของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.

ปทุมมาลัย กสิกิจ. (2550). *ทัศนคติต่อการทำโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทยและความคิดเห็นต่อแนวโน้มของโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทยในอนาคต*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.

วสินทิพย์ นันทเอกพงษ์. (2549). *การโฆษณาแฝงในละครชีวิตคอม ของ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

คู่มือโฆษณาแฝง ผลประโยชน์ธุรกิจหรือประชาชน. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2553, จาก

http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1261454351&groupid=no

แนวโน้มธุรกิจโฆษณาปี' 53. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2553, จาก

http://www.globalbusiness.co.th/index.php?option=com_content&view=article&id=187:53-67&catid=49:marketing-news&Itemid=76

Books

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. New York: Prentice Hall.

Belch, G. E. (2003). *Advertising and promotion : An intergrated marketing communications perceptive*. New York: McGraw-Hilo.

Sinha, Chris (1998). *Language and representation: a socio-naturalistic approach to human development*. New York: Harvester.

Ford, J., & Ford, B. (1993). *England Focal Press: Television and sponsorship*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Lehu, Jean-marc, (2007). *Branentertainment: Product placement & brand strategy in the entertainment business*. London: Kogan.