

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. ศาสตร์แห่งสื่อ และวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- กรรณิการ์ อัครวรเดชา. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- ก่อดศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์. CEO โลกตะวันออก. กรุงเทพฯ : สยามอินเตอร์บุ๊คส์, 2545.
- โชคชัย บุญกุล. เติม 'โชค' ให้การตลาด. กรุงเทพฯ : สุานบุ๊คส์, 2551.
- โชคชัย อัครวรารวงศ์. บทบาทและวาทะของผู้ผู้นำในธุรกิจประกันชีวิตต่อตัวแทนประกันชีวิตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวาริชวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- นภาพรณ อัจฉริยะกุล. หน่วยที่ 4 การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-8, หน้า 287-288. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.
- นลินี เสาวภาคย์. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2542.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. CEO PR & IMAGE. กรุงเทพฯ : สุานมีเดีย เน็ตเวิร์ค, 2548.
- พรทิพย์ วรภิโรคาพร. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.
- พัชนี เหยจรรยา. เอกสารการสอนชุดวิชา 13321 การเขียนเพื่อการสื่อสารธุรกิจ. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534..
- พีระ จิโรโสภณ และคณะ. หน่วยที่ 2 ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์, เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 1-7, หน้า 49-92. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2546.
- มติชน. พจนานุกรมฉบับมติชน. กรุงเทพฯ : มติชน, 2547.

มนวิภา วงจรจิระ. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 12 . เอกสารการสอนชุดวิชา
การเขียนสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 9-15, หน้า 141-177. นนทบุรี :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548.

มารศรี สอทิพย์. เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับสมเด็จพระนเรศวรมหาราช: กลวิธีการเล่าเรื่องกับ
การสร้างภาพลักษณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ ภาควิชาภาษาไทย คณะ

อักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย , 2538

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คพับลิเคชั่น,
2546.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมศัพท์วรรณกรรม อังกฤษ-ไทย. กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน, 2545.

รุจิพัทธ์ เรืองธำพิงค์. อิทธิพลของภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูงที่มีต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้า.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2549.

สายทิพย์ นุกุลกิจ. วรรณกรรมไทยปัจจุบัน. กรุงเทพฯ ,2543.

สุเทพ เชาวลิตร. CEO : ผู้จัดการบริหารการเปลี่ยนแปลงมืออาชีพ. วารสารวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 1,1 (มิถุนายน -ธันวาคม 2546)

สุพิน ปัญญาภัก. หน่วยที่ 6 อิทธิพลของสื่อสิ่งพิมพ์. เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ
สื่อสิ่งพิมพ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ หน่วยที่ 1-7, หน้า 285-322. นนทบุรี:

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2546.

สุวิทย์ ยิ่งวรพันธ์. ประมุขศิลป์และสัมพันธ์ภาพในการปฏิบัติงาน .กรุงเทพฯ : สหประชาพานิชย์
, 2509.

เสกสรร สายสีลัด. หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2542.

เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : อีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2542.

เสรี วงษ์มณฑา. ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : Diamond in business world ,
2540.

เสรี วงษ์มณฑา. พีอาร์วิวัฒนาการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ ยุค Intergration Marketing. กรุงเทพฯ :
มติชน, 2538.

- เสรี วงษ์มณฑา. ภาพพจน์นั้น...สำคัญไฉน?. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2541.
- เสรี วงษ์มณฑา. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : ธนัษการพิมพ์, 2546.
- สรรค์วิ ศาชาชีวะ. การโน้มน้าวใจในงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. โครงการวิจัยเสริมหลักสูตร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527
- ศุภวรรณ พิพิธสมบัติ. การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์รายวันของไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- วิรัช วิรัชนิการวรรณ. ผู้บริหารสูงสุดระดับจังหวัด : ผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด. กรุงเทพฯ : โฟร์เพช, 2546.
- เอกสารเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการ หมายเลข 009 เรื่อง ที่สุดก็ซื้อใจ : ถึงเวลาของการนำองค์การอย่างมีสุจริตธรรม [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://www.opdc.go.th/oldweb/Knowledge/File_download/1145343012-1.pdf [2553, ตุลาคม10]
- อรรวรรณ ปิณฑโนโววาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2549.
- อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล และธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ. หน่วยที่ 7 การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์และนิตยสาร. เอกสารการสอนชุดวิชา การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช, 2548.
- อุบลวรรณ ปิตพัฒนะโมษิต. การเขียนในสื่อต่างๆเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โครงการตำรา ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- อุไรรัตน์ วิตตานนท์. กระบวนการสร้างภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของนักร้องยอดนิยมในสังกัดบริษัท อาร์เอส . โปรโมชัน 1992 จำกัด. โครงการพิเศษนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ภาษาอังกฤษ

Armstrong, D.L. and Wai Yu, K. The Persona Principle: How to Succeed in

- Business with Image Marketing, 60. New York : Library of Congress Publication Data Cataloging, 1990.

Baruch, Y. Once Upon a Time There Was an Organization : Organizational Stories as Antitheses to Fairy Tales. Journal of Management Inquiry 18,1 (2009) :15-25.

Berlo, D.K. The Process of Communication: an Introduction to the Theory and Practice. New York : Holt, Rinehart and Winston, 1960.

Berlo, D.K. Lemert J. B. and Robert J. Dimension for Evaluating the Acceptability of Message Source, Mimiographed Michigan State University, 1966 : 155-163.

Bettinghaus, E. P. and Cody, M.J. Persuasive Communication . Victoria : Wadsworth, 1994.

Bettinghaus, E.P. Persuasive Communication. New York : Holt, Rinehart and Winston, 1980.

Bhargava, R. Personality not Included : Why Companies Lose Their Authenticity and How Great Brands Get it Back. New York : McGraw-Hill, 2008.

Boje, D. M. Storytelling Organizations. New Delhi ; Sage, 2008

Boostine, D. J. The Image. New York : Atheneum, 1973.

Boulding, K.E. The Image of Life and Society. Michigan : The University of Michigan, 1975.

Chatman, S. Story and Discourse. Ithaca: Cornell University Press, 1993 .

Crowther, J. editor. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. 5th edition. Oxford : Oxford University Press, 1995.

Denning, S. Effective Story telling : Strategic Business Techniques . Strategy & Leadership 34 ,1 (2006) : 42.

Fog, K. Budtz, C. and Yakaboylu, B. Storytelling : Branding in Practice. Heidelberg : Springer-Verlag Berlin, 2005.

- Gaines-Ross, L. CEO Reputation: A Key Factor in Shareholder Value. Corporate Reputation Review 3,4 (2000) : 366-370.
- Gray, M. Dictionary of Literary Terms. Beirut : York Press, 1994.
- Hall, S. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices
Conception. London: Sage, 2003.
- Heath, C. and Heath, D. Made Stick : Why Some Ideas Survive and Others Die. New York : Random House, 2007.
- Jenkins, F. Public Relations Made Simple. London : Heinemann, 1982.
- Kotler, P. Marketing Management. New Jersey : Prentice-Hall, 2003.
- Lesly, P. Lesly's Public Relations Handbook. England Chiffs, N.J. :
Prentice-Hall, 1971.
- Lucaites J. and Condit C. General Introduction, Introduction to Part One, and
Epilogue, Comtemporany Rhetorical Theory 1 , 23 (1999) : 609.
- Mai, R. and Akerson, A. The Leader as Communicator : Strategies and Tactics to
Build Loyalty, Focus Effort, and Spark Creativity. New York : AMACOM, 2003.
- Marston, J.E. Modern Public Relations. New York : McGraw-Hill Book company, 1978.
- Morgan, S. and Dennehy, R.F. The Power of Organizational Storytelling :
a Management Development Perspective Journal of Management Development,
16 , 7 (1997) : 494-501.
- Munslow, A. Narrative and History. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2007.
- Parry, K. W. and Hansen, H. The Organizational Story as Leadership. Leadership .
3 (2007) : 281-300.
- Riel, V. C.B.M. Principle of Corporate Communication. Boston, UK : Prentice-Hall, 1995.
- Ries, A. and Ries, L. The Fall of Advertising and the Rise of PR. New York : Haper Collins
Publishers Inc. 2002.
- Robinson, C. and Barlow, W. Public Relation Journal. September ,1959.

- Shamir, B. Dayan-Horesh H. and Adler, D. Leadership. Leading by Biography: Towards a Life-story Approach to the Study of Leadership. Leadership 1 (2005): 13-29.
- Sillar, M.O. Message Meaning and Culture : Approaches to Communication Criticism New York : Harper Collins Publisher, 1991.
- Stark, M. Creating a Positive Professional Image. <http://hbswk.hbs.edu/item/4860.html> [2010, October 1], 2005.
- Sullivan, T.O. et al. Key Concepts in Communication & Cultural Studies, 2nd Edition , New York : Routledge, 1994.
- Sumner, D. E. and Miller, H. G. Feature & Magazine Writing : Action, Angle and Anecdotes. Malden, MA. : Wiley-Blackwell, 2009.
- Ulrich, D. and Smallwood, N. Leadership Brand Developing Customer-Focused Leaders to Drive Performance and Build Lasting Value. Harvard Business Press, 2007.
- Webster's New World College Dictionary, 3rd edition, 1988, New York : Simon and Schuster, 1997.
- Witt, C. with Fetherling, D. Real Leaders Don't do Powerpoint : How to Speak So People Listen. London : Piatkus Books, 2009.

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

- นางสาวณัชชา เพ็ชรไทย เกิดเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2526 ที่จังหวัดลำปาง สำเร็จการศึกษา
ระดับปริญญาตรี สาขาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง จากคณะวารสารศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีการศึกษา 2551 และได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขา
สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2552 และ
สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2553



