

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กัญญารัตน์ อึ้งสกุล. การสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ตราสินค้า และประสิทธิผลของการ

สื่อสารการตลาดของ "DTAC". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการ

ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

คณาจารย์ภาควิชาการประชาสัมพันธ์. หลักการประชาสัมพันธ์ขั้นสูง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ศรีธรรมาศ มันทาภรณ์. กลยุทธ์และประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการรับรู้และพฤติกรรม

ของผู้บริโภคต่อการใช้บริการบนเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

2547.

เจตน์ เหมชะญาติ. Key manager of office/CEO True Move, สัมภาษณ์. 27 มกราคม 2550.

ฐิติมาณ มุทริกเวช Product Management Manager True Move. สัมภาษณ์. 12 กุมภาพันธ์

2550.

ดุสิตา สติระเศรษฐ. ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารในงานโฆษณาตราสินค้าเปรียบเทียบกับทัศนคติของ

ผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ทฐุ โลพี แม็กกาซีน, กุมภาพันธ์ 2550.

ทฐุ โลพี แม็กกาซีน, มีนาคม 2550.

เนตรชนก พึ่งเกษม. การสื่อสารแบบผสมผสานกับการสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ธนาคาร

พาณิชย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

แบรนด์โอจ, กุมภาพันธ์ 2549.

แบรนด์โอจ, มีนาคม 2550.

ปพนธ์ รัตนชัยกานนท์. Assistant to President / CEO True Corporation, สัมภาษณ์. 12

กุมภาพันธ์ 2550.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ :

โอเดียนสโตร์, 2526.

ปรเมศวร์ รัมยากร. พฤติกรรมการสื่อสาร ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากบริการกระดานข่าว

ผ่านระบบเวิร์ลไวด์เว็บของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
 2546.

เพ็ญสุดา ประถมกรีก. ระดับการเชื่อมโยงการตลาดเชิงกิจกรรมและตราสินค้ากับทัศนคติ  
ภาพลักษณ์ต่อการตลาดเชิงกิจกรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

โพลีซันนิง, เมษายน 2548

ภานินี นิมากร. ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ การ  
แข่งขันกีฬาฟุตบอลโลก 2002. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

มาร์เก็ตเทียร์, สิงหาคม 2548.

มาร์เก็ตเทียร์, ธันวาคม 2548.

มาร์เก็ตเทียร์, เมษายน 2549.

รติพร คุมทรัพย์. การวิเคราะห์รูปแบบของ Spokes-character และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อ  
Spokes-character ในภาพยนตร์โฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

วรุฒ ศรีสมัย. ภาพลักษณ์ตราสินค้าของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
 2545.

วันธิดา จันทกิจ. อิทธิพลของการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า. วิทยานิพนธ์  
ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2547.

วิทยา ด้านธำรงกุล, พิกพ อุดร. ซีอาร์เอ็ม-ซีอีเอ็ม หยินหยางการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์  
วงกลม, 2547

วิรัช ลภีรัตนกุล. นิเทศศาสตร์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2544

วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, 2537

สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา. ภาพลักษณ์ขององค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตา  
ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

เสวี วงษ์มณฑา . การประชาสัมพันธ์ ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วีระฟิล์ม  
และโซเท็กซ์ จำกัด, 2542.

สุภาพงศ์ ระรวยทอง. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค รับสาร ความรู้และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชน ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
 2535.

สุรางคนา ณ นคร. การสื่อสารตราสินค้าในแนวทางการตลาดสมัยใหม่. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์  
 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2546

อรรวรรณ ปิลาธนโหวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537

### ภาษาอังกฤษ

Aaker, D A. Managing brand equity : capitalizing on the value of a brand name. New  
 York : The Free Press, 1991

Aaker, D. A. and Joachimsthaler, E. Brand leadership. New York: Free Press, 2000

Assael, H. Consumer behavior and marketing action. 6<sup>th</sup> edition. Cincinnati, Ohio: South-  
 Western College Publishing, 1998

Assael, H. Consumer behavior : a strategic approach. 1<sup>st</sup> edition. Boston : Houghton  
 Mifflin Company, 2004

Berkman, H. W., Lindquist, J. D. and Sirgy, M. J. Consumer behavior. 1<sup>st</sup> edition.  
 Lincolnwood, Illinois: NTC Business Books, 1997

Davis, S. M. Brand asset management : driving profitable growth through your brands.  
 1<sup>st</sup> edition. San Francisco : Jossey-Bass, 2000

Gruning, J. E. and Hunt, T. Managing public relations. 1<sup>st</sup> edition. New York: Harcourt  
 Brace Jovanovich College, 1984

Hanna, N. and Wozniak, R. Consumer behavior: an applied approach. Upper Saddle  
 River, N.J.: Prentice Hall, 2001

Hirschman, E. C. and Holbrook, M. B. Postmodern consumer research: the study of  
 consumption as text. Newbury Park: Sage, 1992

Jenkins, F. Introduction to marketing, advertising and public relations. London:  
 Macmillan, 1982

Mowen, J. C. and Minor, M. S. Consumer behavior : a framework. 1st edition. Upper  
 Saddle River, NJ: Prentice-Hall, 2001

- Parente, D. Advertising campaign strategy : a guide to marketing communication plans. 2<sup>nd</sup> edition. Fort Worth, TX : The Dryden Press, 2000
- Pine, J. B. and Gilmore, J. H. The experience economy: work is theatre & every business is a stage. Massachusetts: Harvard Business School, 1999.
- Rokeach, M. The Nature of Human values. New York: Free Press, 1973
- Russametummachot, C. Customer Experience Management: The differential roles of search, experience, and reinforcement cues. Thesis: Thammasat University, 2549
- Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. Consumer behavior. 7<sup>th</sup> edition. Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall International, 2000
- Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. Consumer behavior. 8<sup>th</sup> edition. Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall International, 2004
- Schmitt, B. H. Experiential marketing: how to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brands. New York: The Free Press, 1999.
- Solomon, M.R. Consumer Behavior. 6<sup>th</sup> edition. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education. 2004
- Thurstone, L. L. The measurement of attitude : a psychophysical method and some experiments with a scale for measuring attitude toward the church. Chicago: the University of Chicago Press, 1929
- Wreden, N. ProfitBrand: How to increase profitability and sustainability of your brand. London: Kogan Page, 2005