

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- คณชัย บุญยะรัตเวช และคณะ. (2546). *สร้างแบรนด์*. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ เลิฟ.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : วัฒนาพานิชย์.
- วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. (2548). *หลักการและแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ : แอ๊ปเปิ้ล ฟรืนด์กรุป จำกัด. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.
- ศิริกุล เลากัยกุล. (2550). *สร้างแบรนด์อย่างพอเพียง*. กรุงเทพฯ : ผู้จัดการรายสัปดาห์.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). *Brand Management*. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ เลิฟ.
- สาวิตรี เจริญพงศ์. (2538). *วิวัฒนาการของศิลปหัตถกรรมในสังคมไทยสมัยรัตนโกสินทร์ : เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักรสาน ดอกไม้ประดิษฐ์*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ : วิสิต์พัฒนา.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม.
- _____ (2554). *เจาะเทรนโลก 2012*. กรุงเทพฯ : ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.

บทความ

- กัลยา โสภณพนิช. (2552). ผลสรุปจากการสัมมนาเรื่อง “Sharing Experiences Seminar on CG and CSR Practices among SMEs in Asia-Pacific Region” กรุงเทพฯ. 10-11 สิงหาคม.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2545). Buzz Marketing จะเริ่มต้น จะควบคุม จะให้จบอย่างไร. *มาร์เก็ตเชอร์*. 3(30).
- สุทธิชัย เอี่ยมเจริญยิ่ง. (2553,มกราคม-มีนาคม). CSR 2553 ถึงเวลาต้องทบทวน. *CSR JOURNAL*.5(19). กรุงเทพฯ
- Thai Farmers Research Center. (2544, มิถุนายน). เปเปอร์มาเซ่ : หัตถกรรมกระดาษอัด ที่น่าสนใจ. *มองเศรษฐกิจ*.7(899). กรุงเทพฯ

วิทยานิพนธ์

- จตุรงค์ ล้อมพิทักษ์. (2553.) *กลยุทธ์การสร้างแบรนด์กระบวนการและแนวโน้มการสื่อสารการตลาดในอนาคตของสถานีโทรทัศน์ U Channal* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ทรงชัย บุญส่งรุ่งเรือง. (2548.) *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ กรณีศึกษาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพสตรีดอกไม้ประดิษฐ์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พรรณา ทรัพย์บุญชู. (2548.) *กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าร้านเจ้าเลี้ยง ปลาช่อน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- กัญญา สีสหุญญเอี่ยม. (2547.) *อิทธิพลของแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานต่อการสร้างสรรค์งานโฆษณา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). (2551). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์คืออะไร*. สืบค้น 21 พฤษภาคม 2554, จาก <http://www.creativethailand.org>
- ASTV ผู้จัดการออนไลน์. (2553). *เผย Top 10 สินค้ามาแรงเจาะกำลังซื้อใหม่หลังวิกฤตโลก*. สืบค้น 27 มิถุนายน 2554, จาก <http://www.108acc.com/index.php?mo=3&art=381610>
- ไพบูลย์ อมรประภา. (2553). *ประวัติความเป็นมาประติมากรรมกระดาษอัด หรือเปเปอร์มาเช่*. สืบค้น 27 มิถุนายน 2554, จาก phaiboon01.wordpress.com
- ไพบูลย์ อมรประภา. (2553). *ประเภทของประติมากรรมกระดาษอัด หรือเปเปอร์มาเช่*. สืบค้น 27 มิถุนายน 2554, จาก phaiboon01.wordpress.com
- บริษัท ทีเอ็นที มีเดียแอนด์เน็ตเวิร์ค จำกัด. (2550). *ประโยชน์ของเว็บไซต์*. สืบค้น 27 มิถุนายน 2554, จาก <http://www.tnt.co.th>
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2550). *เคล็ดลับการสร้างความสำเร็จในตราสินค้า*. สืบค้น 21 พฤษภาคม 2554, จาก <http://www.nidambe11.net>

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

Aaker, David A. (1996.) *Building Strong Brand*. New York : The Free Press.

Lisa Fortini-Campbell. (1995.) *Brand Contacts Integrated Marketing Communication
Symposium*: NTY Business Books.