

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

การใช้สื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ. (2553). สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2553, จาก

<http://www.admanawards.com/archive.html>

กัลยกร วรกุลฐานันท์. (2547). *เทคนิคการคิดสร้างสรรค์ในงานโฆษณา*. รายงานวิจัยเสริมหลักสูตร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จอร์จ อี เบลซ์ และ ไมเคิล เอ เบลซ์. (2551). *การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด : Advertising and Promotion* (กมล ชัยวิวัฒน์, ผู้แปล). 7th edition. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.

ทศพล มณีโชติ. (2551). สื่อ Ambient. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2553, จาก

<http://www.oknation.net/blog/TossaponAdvertising/2008/01/07/entry-1>

นารี เหลืองวิฑูกุล (2547). *การสร้างสรรคภาพในสิ่งพิมพ์โฆษณาสำหรับผลิตภัณฑ์โดยใช้ประโยชน์ในเชิงกายภาพเป็นจุดขาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บริษัท นีลสัน (ประเทศไทย) จำกัด. (2553). เอกสารคัดสำเนา. ตารางงบประมาณโฆษณาของสื่อโฆษณานอกบ้านในประเทศ

บุษกร แพร่เกียรติ (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสินค้ากับลักษณะดึงดูดใจของงานโฆษณากรณีศึกษานิตยสาร*. รายงานการศึกษาคณะปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ปนิดา เทพหัสดิน ณ อยุธยา. (2551). *การระลึกถึงตราสินค้าที่โฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้งรูปแบบใหม่*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปิยะพล หุรัถวิทย์. (2551). *การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์กลางแจ้งต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร เอส แอนด์ พี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ภาณุ ชนะวรรณโณ (2548). *สื่อโฆษณารูปแบบใหม่ประเภทสื่อแวดล้อม*. สารนิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- มนทิรา อร่ามกิจโพธา. (2553). *ศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อโฆษณาที่มีแนวคิดเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมกายภาพ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เลอลักษณ์ ศรีเกษมศิริ. (2543). *การนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ในภาพโฆษณาสิ่งพิมพ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรภรณ์ ประจล (2547). *การใช้ภาพดึงดูดใจสำหรับการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาร่างกาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. *การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ: บริษัท A.N. การพิมพ์.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2553). ว่าด้วยสารพัดคำเรียกสื่อ. สืบค้นเมื่อ 6 พฤศจิกายน 2553, จาก http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=1122:2009-12-25-04-27-23&catid=17:media-store
- อรณี เตียวสมบุญกิจ และวิภาธร จิระประวัติ,ม.ล.. (2553). *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อ Ambient Advertising. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ปีที่3 ฉบับที่ 4, หน้า 62-88.*
- อรรถน์ สุทธายศ. (2554). *การออกแบบสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่โดยใช้แนวคิดสื่อโฆษณาแฝงบรรยากาศ*.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อาวิน อินทร์ซี่. (2550). *สื่อแฝงในบรรยากาศ. วารสารวิชาการศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยศิลปากร, ฉบับที่ 2/2550, หน้า 23-31.*
- Ambient Advertising. (2553). สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2553, จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=2568
- Categories. (2554). สืบค้นเมื่อ 6 กันยายน 2554 จาก https://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.admanawards.com%2Fdownload%2Fcall_for_entries%2F01-tvc_2011.doc&ei=4AGaVer9GZK4uATVzoiYCQ&usg=AFQjCNFzN6TVhTW0j-u7w7bKLTw-olDt9w&sig2=5QW-a6KRMq852bQyM-DztA&cad=rja

ภาษาอังกฤษ

Ambient Media. (2010). Retrieved November 6, 2010. From

http://de.wikipedia.org/wiki/Ambient_Media

Andreea-Ioana ROMONTI-MANIU & Monica-Maria ZAHARIE. (2014). Ambient advertising - the contextual influence on message perception. *Romanian Journal of Marketing*, apr-iun2014, Issue 2, p45-50. 6p.

Arens, W. F. (1996). *Contemporary Advertising*. Sixth Edition. U.S.A.: McGraw-Hill.

Bovee, C. L., Thill, J. V., Dowd G.P. & Wood M. B. (1995). *Advertising Excellence*. International Edition. U.S.A.: McGraw-Hill.

Himpe, T. (2006). *Advertising is dead Long live Advertising*. London, UK: Thames&Hudson Ltd.

Hoffmann K. (2007). *Ambient Media : Systematisierung, Planbarkeit und Bewertung (German Edition) [Paperback]*. publisher: Diplomica Verlag.

Holsti, O.R. (1996). *Content analysis for social sciences for the science and humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company.

Hongxia Zhang, Jin Sun, Fang Liu & John G. Knight. (2014). Be rational or be emotional: advertising appeals, service types and consumer responses. *European Journal of Marketing*, 2014, Vol. 48 Issue 11/12, p2105-2126, 22p.

Keswani R. & Ghatawat M. (2010). Ambient Advertising-How long will it survive?. Retrieved September 19, 2010 from <http://www.scribd.com/doc/26980152/Ambient-Advertising-Report>

Klapper, J. T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. Illinois: The Free Press.

Komin, S. (1990). Culture and work-related values in Thai organizations, *International Journal of Psychology*, Vol. 25 No.3-6, pp. 681-704.

Luxton S. & Drummond L. (2000). What is this thing called 'Ambient Advertising'?. Retrieved November 6, 2010 from

[http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.101.6226 &rep=rep1&type=pdf](http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.101.6226&rep=rep1&type=pdf)

- Maria-Alina JURCA, Andreea-Ioana ROMONTI-MANIU & Monica-Maria ZAHARIE. (2013). New empirical insights into advertising creativity – traditional/non-traditional media Context. In *The Proceedings of the International Conference Marketing Information to Decision* (pp. 92-101). Cluj-Napoca, Romania: Cluj-Napoca Risoprint.
- Mooij, D. M. & Hofstede, G. (2010). The Hofstede Model applications to global branding and advertising strategy and research. *International Journal of Advertising*, Vol. 29, No.1, pp.85-110.
- Pragya Keshari & Sangeeta. (2014). Consumer Response to Advertising Appeals: A Gender Based Study. *Journal of Marketing & Communication*, Jan-Apr2014, Vol. 9 Issue 3, p37-43. 7p.
- Reyburn Dave. (2010). Ambient Advertising Healthcare media in a new context. *Marketing Health Services*, Winter2010, Vol. 30 Issue 1, p8.
- Sramova Blandina. (2015). Marketing and Media Communications Targeted to Children as Consumers. In *The Proceedings of 6th World Conference on educational Sciences* (pp.1522-1527). Amsterdam, Netherlands: Elsevier Ltd.
- Tahir Turk, Michael T. Ewing & Fiona J. Newton. (2006). Using ambient media to promote HIV/AIDS protective behaviour change. *International Journal of Advertising*, 2006, Vol. 25 Issue 3, p333-359. 27p.
- What's Ambient Media?. (2010) Retrieved November 6, 2010 from <http://www.brandrepublic.com/News/509646/ambient-media/>