

บรรณานุกรม

กมลชนก ไตลิลานนท์. 2541. การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคต่อการนำบุคคลที่มีชื่อเสียงและบุคคลธรรมดา เป็นผู้แสดงนำในภาพยนตร์โฆษณา. โครงการพิเศษบัณฑิตศึกษา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกรียงไกร กาญจนะ โภคิน. 2549. **EVENT MARKETING**. กรุงเทพมหานคร : แบรินด์เอจบุ๊กส์ กิตติ สิริพัลลภ. 2550. "อิทธิพลของดารา กับความสำเร็จของสินค้า". [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=1328 (8 กันยายน 2551).

กัญญณ์ช นัคราเรือง. 2547. ประสิทธิภาพกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มุ่งต่อผู้บริโภคเครื่องดื่มชูกำลังคาราบาวแดง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

จินตนา อุดมโชค และคณะ. 2546. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัยมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

จุมพล รอดคำดี. 2532. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชนาธิป ชูจิตารมณ. 2542. อิทธิพลการใช้ตัวแสดงนำที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติในชิ้นงานโฆษณาต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาหญิงไทยระดับปริญญาโทในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์การตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยการค้าไทย.

ปรมะ สตะเวทิน. 2538. หลักนิติศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย. หน้า 1-34.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2550. "จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่". [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://th.wikipedia.org/wiki/จีเอ็มเอ็ม_แกรมมี่ (8 กันยายน 2551).

วิรัช ลภีรัตนกุล. 2524. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

- สมควร กวียะ.2547. **ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ใหม่ การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organizational Communication)**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน. 2549. “อินเด็กซ์ ๗ วิพากษ์ อีเวนท์ไทย ถึงจุดเปลี่ยน” [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=48070> (8 พฤษภาคม 2549)
- หนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก. 2549. “อาร์เอสเปิดบริษัทใหม่รุกธุรกิจ “อีเวนท์ มาร์เก็ตติ้ง”คาดยังโล”
แหล่งที่มา http://komchadluek.com/2006/08/23/d001_40371.php?news_id=40371 (23 สิงหาคม 2549)
- อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท.2537. **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ**. พิมพ์ครั้งที่ 1, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Belch, Geoge E. 1998. **Advertising and promotion : an integrated marketing communications Perspective**. Boston : Irwin/McGraw-Hill
- Cutlip,Scott M.and Alle H.Center.1978. **Effective Public Relations**. New Jersey, Englewood Cliffs:. Prentice-Hall
- De Fleur,Rokeach.1982 .**Theories of Mass Communication**. New York : David McKay Co.,Ltd.
- Hovland, C.I., Janis, I.L., and Kelly, H.H. 1953. **Communication and Persuasion**. New Haven C.T.. : Yale University Press
- Keller, Kevin Lane. 1998. **Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity**. New York : Prentice Hall
- Kotler,P. and Kevin Lane Keller.2006. **Marketing Management** 12th Edition , Prentice-Hall, Inc
- Kotler, P. and Roberto Eduardo L. 1989. **Social Marketing: Strategies for changing Public Behavior**. New York". The Free Press.
- Lasswell. D 1948 **The Structure and Function of Communication in Society**. New York : Harper and Brothers.
- Rogers,E.M. 1976. **Modernization among peasant : The Impact of Communication**. New York.: Holt, Rinchart and Winston.
- Singh R. 2005. **Celebrity Endorsements**. Ph.D.Thesis. Department of Mass Media and Mass Communications, Delhi University.
- Wilbur Schramm.1973. **Handbook of Communication**. Chicage : Roand Mc. Nally College Publishing Company
- Yamane, Taro. (1980) . **Statistics : an introductory analysis**. 2nd ed. New York : Harper & Row.