

บรรณานุกรม

- คุณชาติ เวชสาร. 2445. การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตยาพร เสมอใจ. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ฐานเศรษฐกิจ. 2545. “ธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย.” [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://pibul2.psu.ac.th/-webmaster/research/lesson2.htm> (1 พฤษภาคม 2553).
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. 2544. กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร. กรุงเทพมหานคร : ออฟเซ็ทครีเอชั่น.
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. 2550. “เครื่องมือไอเอ็มซีมีบทบาทอย่างไร.” มติชนรายวัน. 30 : 10657. 20.
- ปวีณา ตั้งวัฒนากาญจน์. 2547. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วันที ยอดสกุลยิ่ง. 2551. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อต่อผู้บริโภคตามหลักการ AIDA โมเดล กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่น. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วรลักษณ์ วัฒนวรานุกร. 2551. การส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มในซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. 2549. **Practical IMC**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : Brand Age Books.
- BrandAge. 2552. “เนสท์เล่ กินรวบอาหารสัตว์ ดีโอบุกคู่แข่งด้วย Multi Brand.” [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.brandage.com> (31 มีนาคม 2551).
- Positioning Magazine. 2551. “อาหารสัตว์เลี้ยง เติบโตต่อเนื่อง หลากปัจจัยหนุน.” [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.positioningmag.com> (31 มีนาคม 2551)