

## บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. 2552. “โพลหนุนคนคู่วีค้าน สคบ.อุ้มโฆษณาแฝงให้ถูกกฎหมาย” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/life/> (26 มีนาคม 2553).
- กาญจนา สิริอนันต์. 2548. **ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อโฆษณาแฝงในรายการเกมโชว์ กรณีศึกษาเฉพาะรายการเกมโชว์ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน).** รายงาน โครงการเฉพาะบุคคล วารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาบริหารสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จอร์จ อี.เบลล์ แอนด์ ไมเคิล เอ.เบลล์. 2548. **การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย.** แปลจาก Advertising and Promotion an Integrated Marketing communication. แปลโดยศิวสุทธิ พงศกรรังศิลป์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.
- จระไน แกลโกศล. 2529. **การปรับปรุงทัศนคติเพื่อประโยชน์ในการสื่อสารระหว่างบุคคล.** นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชนิดา ภูเจริญชัย. 2549. **ประสิทธิผลของโฆษณาแฝงทางเคเบิลทีวีที่มีต่อผู้บริโภค.** วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาบริหารสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- दनัย เทียนพุ่ม. 2550. “8 แนวทางหลักสร้างคุณค่า IMC” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=20707> (26 มีนาคม 2553).
- ทัชชา เอื้องไฟโรจน์, รัชฎา วิลัยกรวด และศิวาพร จันทรพรหมณ์. 2548. **ลักษณะโฆษณาแฝงที่ปรากฏในละครซีทคอม.** การค้นคว้าแบบอิสระ สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นุชฤดี ลุ้ยใหม่. 2548. “ถึงยุคต้องใช้มืออาชีพในโฆษณาแฝง” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.wiszanu.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=209&Itemid=51](http://www.wiszanu.com/index.php?option=com_content&task=view&id=209&Itemid=51) (17 มิถุนายน 2551).
- นัลดดา ทมมิด. 2540. **ความตระหนักรู้และทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานถึงผลของโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ.** วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มัลลิกา จำปาแพง. 2541. **พฤติกรรม การเปิดรับสื่อของประชาชนจังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

- ขงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์. 2536. **จิตวิทยาสังคม**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย  
 สุโขทัยธรรมราชา.
- พัชรี วรกวิน. 2552. **จิตวิทยาสังคม**. นนทบุรี: โรงพิมพ์สถานสงเคราะห์หญิงปากเกร็ด.
- วีรพงษ์ พวงเล็ก. 2547. การสำรวจทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการ  
 โฆษณาสินค้าแฝงในละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน  
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีสุภา กัณหะยูวะ. 2549. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อโฆษณาแฝงในรายการละครซิตคอม เรื่อง  
 เป็นต่อ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. รายงาน โครงการเฉพาะบุคคล  
 วารสารศึกษามหาบัณฑิต การบริหารสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539. การบริหารงานโฆษณาการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. ศัพท์การตลาดและการโฆษณา. กรุงเทพฯ: บริษัทวิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2548. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- สุกรี แมนชัยนิมิต. 2551. “Product Placement เรตติ้งกระชูด” [ระบบออนไลน์].  
 แหล่งที่มา <http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=66515> (17  
 มิถุนายน 2551).
- สุชา จันทร์เอม. 2524. **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2540. การสื่อสารการตลาด: ส่วนประกอบที่ขาดไม่ได้สำหรับความสำเร็จ.  
 กรุงเทพมหานคร: เอ เอ็น การพิมพ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2529. บทบาทของการสื่อสารในกระบวนการสังคมการณ์. นนทบุรี:  
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2546. **หลักการโฆษณา**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- อาทิตย์ ด่วนเกตุ. 2552. “โฆษณาแฝงทางฟรีทีวีละเมิดสิทธิผู้บริโภค” [ระบบออนไลน์].  
 แหล่งที่มา <http://www.thaihealth.or.th/node/13192> (26 มีนาคม 2553).