

บรรณานุกรม

- คุณทลี รื่นรมย์. (2551). การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจมมิกา เซวาน์เกษม. (2550). การวัดมูลค่าตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพื่อผิวขาวในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิตาธิษฐ์ ลิขิตชนธรรม. (2550). “ยกเครื่องแบงก์พาณิชย์ไทยเตรียมรับมือศึกเสรีการเงิน”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.nidambe11.net/2007q1/2007jan03p4.htm>. (20 กุมภาพันธ์ 2552)
- ทิพย์ฤทัย ตระการศักดิ์กุล. (2545). ภาพลักษณ์ขององค์การกับการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2553). “สถิติสถาบันการเงิน”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bot.or.th/Thai/Statistics/FinancialInstitutions/CommercialBank/Pages/menu.aspx> (2 กุมภาพันธ์ 2553).
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (2553). รายงานประจำปี 2552. กรุงเทพฯ.
- เนตรชนก พึ่งเกษม. (2545). การสื่อสารแบบผสมกับการสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- พงษ์เทพ วรกิจโกศล. (2540). “การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์”. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพริก.
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย. (2551). คู่มือการเขียนวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าแบบอิสระ. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุพา สุภากุล. (2534). การสื่อสารมวลชน. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. “กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.utcc.ac.th/amsar/about/document13.html (18 พฤษภาคม 2552).
- วิรัช ถลิรัตน์กุล. (2544). การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ศิริดา ศรีธงชัย. (2550). **ภาพลักษณ์ของบริษัทโทเทิลแอนด์คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ในสายตาของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). **Brand Mangement**. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลิฟ
- สิริกานต์ มณีวรรณ. (2551). **การรับรู้ของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์ของเชียงใหม่ในทิวทัศน์**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). **ภาพพจน์นั้นสำคัญไฉน**. กรุงเทพฯ : บริษัท ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- _____. (2542). **การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : บริษัท ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- สุกรี แมนชัยนิมิต. (2551). **Positioning Magazine**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=5169 (30 มีนาคม 2552).
- สุทธวรรณ แสงดอกไม้. (2550). **ภาพลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุริย์รัตน์ รัตนมณี. (2551). **การรับรู้ของผู้บริโภคต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรรถพล ศิริมงคล. (2548). **การออกแบบเวอร์ชวลพีรีเซ็นเตอร์เพื่อแสดงภาพลักษณ์องค์กร**. วิทยานิพนธ์ศิลปะมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อรวรรณ บัณฑิตกุล. (2553). **Marketeer Magazine**. กรุงเทพฯ : บริษัท มาร์เก็ตเรียร์ จำกัด.
- Aaker, David A. (2002). **Build Strong Management** : The Free Press.
- Boulding, Kenneth E. (1975). **The Image of Life and Society**. Michigan : The University of Michigan.
- Flanagan, George A. (1976). **Modern Institutional Advertising**. New York : McGraw-Hill, Inc.,
- Jefkins, Frank. (1993). **Planned Press and Public Relations**. 3rd ed. Great Britain: Alden Press.
- Kapfere, J.N. (2004). **The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term**. London : Kogan Page.
- Keller, Kevin Lane. (2003). **Strategic Brand Management** : Building, Measuring and Managing brand equity. Upper Saddle River N.J. Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2000). **Marketing Manangement**. New Jersey : Prentice Hall Inc.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2009). **Marketing Management**. 13th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved