



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

จันทร์เพ็ญ โภคาชัยพัฒน์. การสร้างสัญญาณผ่านโฆษณาทางสื่อมวลชนเพื่อกำหนดสถานภาพของสินค้า : กรณีศึกษาเครื่องไฟฟ้าชาร์ป. วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์ ปรินญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

จิราภรณ์ กนิษฐรัตน์. การบริหารการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์ ปรินญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

ชลิตา คุณาลัย ลักษณะความเป็นสากลและความเป็นไทยในงานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ พ.ศ. 2534-2535 วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์ ปรินญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

"Regional Advantage ยุทธศาสตร์เชื่อมแผ่นดินอาเซียน 'เพิ่มอานุภาพของปลาใหญ่' : คู่แข่ง ฉบับที่ 151 ปีที่ 13 เมษายน 2536.

"Satellite War." Young Executive ปีที่ 5 ฉบับที่ 63 มกราคม 2535, 44-45.

เอมอร ณรงค์ การใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อเปลี่ยนภาพพจน์ของธนาคารทหารไทย วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์ ปรินญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

ภาษาอังกฤ

- Arens, William F. Bove'e, Courtland L. Contemporary Advertising. 2nd edition. Richard D. Irwin, Inc. Illinois, 1986.
- *A Star is Born*. Time International, August 9, 1993 No. 32.
- Barban, Arnold M. Dunn, S. Watson. Advertising: Its Role In Modern Marketing. 6th edition. The Dryden Press. 1986.
- Barr, David Samuel. Advertising on Cable: Practical Guide for Advertisers. PrenticeHall, Inc. New Jersey, 1985.
- Bryan S. Turner. Theories of Modernity & Postmodernity. Sage Publications. 1991. London.
- Burger, Arthur Asa. Media Analysis Techniques. 7th edition Vol. 10. The Sage Communication Text-series. Sage publications, U.S.A. 1986.
- Cohen, Dorothy. Advertising. Scott, Foresman and Company. U.S.A. 1988.
- Denzin, Norman K. Interpretive Interactionism. Sage Publications. U.S.A. 1989.
- Dyer, Gillian. Advertising as Communication. Methuen & Co. Ltd. New York. 1982.
- Far Eastern Economic Review. 18 November 1993. Vol : 156. No:46. pp.46-50.
- Fiske, John. Introduction to Communication Studies. 2nd edition. New York: Chapman & Hall, Inc. 1990.
- Fredenburg, Peter. *Challenges for Stttar TV : Hutch Vison*. Aslan Business. 27 (October 1991) : 12.

Hite, Robert E. and Fraser, Cynthia. "International Advertising Strategies of Multinational Corporations." Journal of Advertising Research. August/September 1988.

"In Pursuit of the Postmodern: An Introduction". Theory Culture & Society: Postmodernism. Vol. 5 No. 2-3. June 1988. 1990. Great Britains.

James William L. and Hill, John S. "International Advertising Message : To Adapt or not to Adapt (That is the question)." Journal of Advertising Research. June/July 1991.

Kanso, Ali. "International Advertising Strategies : Global Commitment to local Vision." Journal of Advertising Research. January/February 1992.

Karp, Jonathan. "Medium and Message". Far Eastern Economic Review. (25 February 1993) : 50-52.

Keaton Warren J. Global Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall 1989.

Kraar, Louis. "A Billionaire's Global Strategy". Fortune. 126 (13 July 1992) : 106-109.

Laermans, Rudl. "Bringing the Consumers Back In". Theory Culture & Society: Explorations in Critical Social Science. 10 (February 1993) : 153-161.

Mattelart, Armand. Advertising International. Routledge, Chapman and Hall, Inc. 1991.

Mooij, Marieke K. Keegan, Warren. Advertising Worldwide. Prentice Hall. England, 1991.

Moriarty, Sandra E. Creative Advertising Theory and Practice. 2nd edition. New Jersey, Prentice Hall, Inc., 1991.

Mueller, Babara. *Multinational Advertising : an Examination of Standardization and Specialization In Commercial Messages (United States, Germany, Japan)*. University of Washington. PhD. dissertation. 1987.

O'Sullivan, Tim. Hartley, John. Saunders, Danny. Fiske, John. Key Concepts In Communications. Methuen & Co. New York. 1983.

Satellite Communications In Asia: An Overview. Media Asia Mass Communication quarterly, vol. 20 No. 1 1993.

Selwyn, Michael. *Red Tape or Is It Cable*. Asian Business. 28(September 1992) : 14.

STAR TV and the Asian Television Revolution. Inter Media, Jan-Feb 1993. Vol. 21. No. 1.

STAR Tv guide Vol. 2 No. 9 September 1993.

Star TV Rising. The Economist. 327 (17 April 1993) : 66-67.

Tanzer, Andrew. *The Asian Village*. Forbes. 148(11 November 1991) : 58-60.

Television and Radio In Asia, *Bonanza for Programming as New Services Gear Up* : Asian Advertising and Marketing (A &M) Vol. 7 No. 5 May 21, 1993.

Toffler, Alvin. Power Shift. New York: Bantam Books. 1990.

Westlake, Michael. *Reach for the Stars*. Far Eastern Economic Review. 151 (30 May 1991) : 60-61.

Williamson, Judith. Decoding Advertisements: Ideology and meaning In advertisements. 3rd edition. Camels and Press Ltd. Great Britain. 1983.

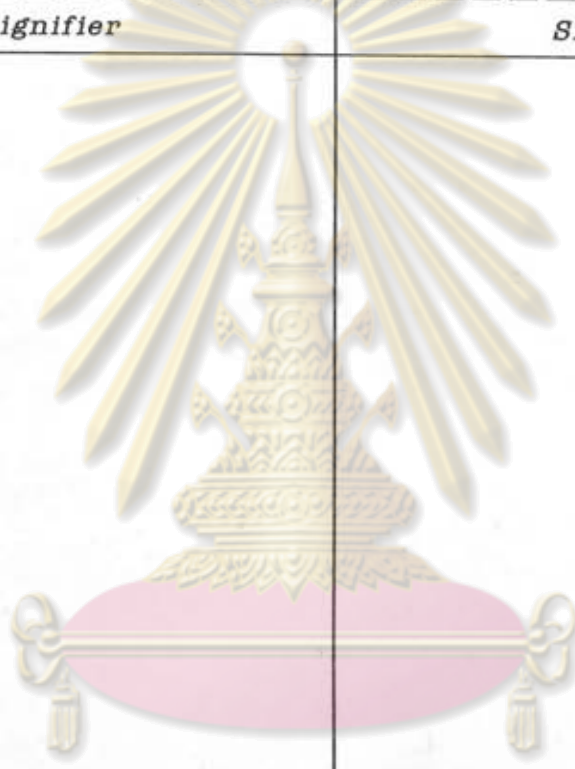


ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ADVERTISING SITUATION :	CLIENT :
-------------------------	----------

CREATIVE CONCEPT :

FIRST LEVEL OF SIGNIFICATION : DENOTATION

<i>Signifier</i>	<i>Signified</i>
	

ศูนย์วิทยทรัพยากร

SECOND LEVEL OF SIGNIFICATION

<i>Connotation</i>	<i>Myth</i>	<i>Symbols</i>

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

APPEALS

Acquisitiveness	Cleanliness	Comfort	Aesthetics
Affiliation	Appetite	Luxury	Avoidance
Thriftness	Patriotism	Health	Sex
Efficiency	Aspiration	Attractiveness	Convenience
Responsibility	Luxury	Patriotism	Identification
Mental Stimulation	Egolsm	Economy	Sensory
Safety and security			
Emotional appeals	-Excitement	-Fear	-Family
	-Guilt	-Love	-Nostalgia
	-Pleasure	-Polgnancy	-Relief
	-Sorrow	-Pride	

EXECUTION FORMATS

News announcement	Problem solution	Demonstration
Product as hero	Song and dance spectaculars	Torture tests
Announcer	Special effects	Slice of life
Vignette	Competitive comparison	Spokesperson
Before and after and side-by-side comparison	Dialogue/Interview/conversation	

PRESENTED BY

Metaphor

Metonymy

Blank space for writing under the Metaphor header.

Blank space for writing under the Metonymy header.



ประวัติผู้เขียน

นางสาวเพ็ญลิน ลิน เป็นคริสเตียน เกิดเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม ค.ศ. 1967 ณ เมืองไทจง มลฑลไต้หวัน สำเร็จการศึกษาชั้นประถมที่เมืองไทจง ชั้นมัธยมที่ Ruamrudee International School และในปี 1990 เดือนตุลาคม สำเร็จการศึกษาชั้นอุดมศึกษาปริญญา Bachelor of Arts จากคณะศิลปศาสตร์ เอกภาษาอังกฤษธุรกิจ และ โทการบริหารการโฆษณา จากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ABAC) ในปี 1991 เข้าศึกษาต่อในหลักสูตร ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย