

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กนกวรรณ ด้านอุดม. 2 เมษายน 2540. สัมภาษณ์.

กรรณิการ์ เวียงเพิ่ม. 2539. การวิเคราะห์ละครโทรทัศน์แบบ Situation Comedy เรื่อง คู่ซิ่นซูลมุน.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิตรลดา ดิษยนันท์. 8 มีนาคม 2540. สัมภาษณ์.

ณัฐนันท์ นววิงษ์. 2 มีนาคม 2540. สัมภาษณ์.

ทาริกา ธิดาทิตย์. 8 มีนาคม 2540. สัมภาษณ์.

ธงชัย สันติวงษ์. 2538. การตลาดสำหรับนักบริหาร (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์

ไทยวัฒนาพานิช.

ปนัดดา ชนสถิตย์. 2531. ละครโทรทัศน์ไทย. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (อัดสำเนา)

พิศาล อัครเศรษฐ์. 3 มีนาคม 2540. สัมภาษณ์.

มยุรฉัตร เหมือนประสิทธิ์เวช. 1 มีนาคม 2540. สัมภาษณ์.

ยูวดี ไทยหิรัญ. 27 มีนาคม 2540. สัมภาษณ์.

วราวุฒ มิถินทจินดา. 2 เมษายน 2540. สัมภาษณ์.

วีระ สุภะ. 2537. การศึกษากระบวนการในการผลิตละครชุดโทรทัศน์ไทย พ.ศ. 2536. วิทยานิพนธ์

ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริชัย ศิริกาษา. 2531. หนังไทย. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (อัดสำเนา)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และ ่องอาจ ปทะวานิช. 2538. กลยุทธ์

การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์

พัฒนาศึกษา.

สมรภัช ณรงค์วิชัย. 13 มีนาคม 2540. หัวหน้าฝ่ายผลิตรายการ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3.

สัมภาษณ์.

สยาม สัจจวิบุตร. 1 เมษายน 2540. สัมภาษณ์.

สรายุภักดิ์ หอมสุวรรณ. 14 มีนาคม 2540. สัมภาษณ์.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ และสุพัตรา เพชรมณี. 2526. บทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
 หทัยรัตน์ อมตะวนิช. 6 มีนาคม 2540. สัมภาษณ์.
 อรุโณชา ภาณุพันธุ์. 11 มีนาคม 2540. สัมภาษณ์.
 อำนวย ทองสุโชติ. 26 มีนาคม 2540. หัวหน้าฝ่ายจัดรายการ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5. สัมภาษณ์.

ภาษาอังกฤษ

- Arnold, D. 1992. The handbook of brand management. London: Century Books.
- Murphy, J. M. 1987. Branding: A key marketing tool. New York: McGraw-Hill.
- Murphy, J. M. 1990. Brand strategy (1st ed.). Cambridge: Director Books.
- Olins, W. 1995. The new guide to identity - Wolff Olins: How to create and sustain change through managing identity. Hampshire, England: Gower.
- Riezebos, H. J. 1994. Brand-added value: Theory and empirical research about the value of brands to consumers. Delft, The Netherlands: Eburon Publishers.
- Smithies, M. 1971. Likay : A note on the original, form, and the future of the Siamese folk opera. Journal of the Siam Society 59: 33-63. อ้างถึงใน เพาวิภา ภมรสติชัย. ความสัมพันธ์ระหว่างละครโทรทัศน์กับสังคมไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528. หน้า 16.
- Stobart, P. 1994. Brand power. Basingstoke, Hamshire: Macmillan.
- Szybillo, G.J., Jacoby, J. 1974. Intrinsic versus extrinsic cues as determinants of perceived product quality. Journal of Applied Psychology. cited in Riezebos, H. J. Brand-added value: Theory and empirical research about the value of brands to consumers. Delft, The Netherlands: Eburon Publishers, 1994.