

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกาเยะ . ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ มหานคร
: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2531
- งามพิศ สัตย์สวงน . หลักมนุษยวิทยา . เจ้าพระยาการพิมพ์ , 2534
- ชวนะ ภวกันันท์. รายงานการวิจัยเรื่อง "บทบาทของสารโฆษณาที่มีต่อภาพยนตร์ไทย"
โครงการวิจัยเสริมหลักสูตร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2530
- ชวนะ ภวกันันท์. รายงานการวิจัยเรื่อง ,รูปแบบสารโฆษณากับบทบาทของผู้บริโภค
โครงการวิจัยเสริมหลักสูตร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2528
- ธงชัย สันติวงศ์. พฤติกรรมผู้บริโภค. ไทยวัฒนาพานิช , 2517
- พิศมัย วิบูลย์สวัสดิ์ , วิศิษฐ์ศักดิ์ ไทยทอง , พรพิมล วราวุฒิปุทธพงศ์ และ แสงสุรย์ สำอองศ์กุล
จิตวิทยาสังคมร่วมสมัย . คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ , 2528
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์ . ทฤษฎีสังคมวิทยาเนื้อหาและแนวการใช้เบื้องต้น . กรุงเทพมหานคร ,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- หลุย จำปาเทศ . จิตวิทยาสัมพันธ์ . สามัคคีสาสน์ , 2533 พิมพ์ครั้งที่ 2
- อัล ริส และแจ็ค เทราก์ , แปลโดย ก้องเกียรติ โอภาสวงการ , โพสิชั่นนิ่งกลยุทธ์สร้างภาพพจน์:
:ซีเอ็ดยูเคชั่น , 2531
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,
2526 , 2534
- อารง สุทธาศาสน์ . สังคมวัฒนธรรม . สังคมวิทยามนุษยวิทยา รัฐศาสตร์จุฬา , 2531
- ไวยรัช เจียมบรรจง . จิตวิทยาสังคมเล่ม 2 . สถานสงเคราะห์หญิงปากเกร็ด กรมประชา
สงเคราะห์ , 2523

วิทยานิพนธ์-เอกสารสัมมนา

จันทร์เพ็ญ โภคชัยวัฒน์ . การสร้างสัญญาผ่านโฆษณาทางสื่อมวลชนเพื่อกำหนดสถานภาพของสินค้า
กรณีศึกษาเครื่องไฟฟ้าชาร์ป. วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์ ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการ
การสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2535

จิราภรณ์ กนิษฐรัตน์ . การบริการสารสนเทศ ผ่านโฆษณาโทรทัศน์ . วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์
ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2535

สุวิมล จิราลักษณ์ . ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบและแนวคิดในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์
โฆษณาสถาบันทางโทรทัศน์ขององค์กรธุรกิจ . วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชา
การสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534

มานพ พงศ์ทัต "คนรุ่นใหม่" กับ "ที่อยู่อาศัย" และผลต่อเมือง เอกสารสัมมนาประกอบการ
เศรษฐกิจสัมมนา ภาควิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, มิถุนายน, 2536

โสภณ แพงโชคชัย ทิศทางตลาดที่อยู่อาศัย พ.ศ. 2537 เอกสารประกอบการสัมมนาตลาดที่อยู่อาศัย
เอเจนซี ฟอร์ เรีย เอสเตท แอปเพอร์, 2537

วารสาร-หนังสือพิมพ์

สยาม 2000 สรุปลักษณะเศรษฐกิจสิ้นปีและแนวโน้มปี 2537 ผู้จัดการรายสัปดาห์(ฉบับพิเศษ)
27 ธันวาคม - 22 ธันวาคม 2537

MARKET FOCUS ชำแหละเหล่านอก ซ่อนเขี้ยวซุ่มนุมนุญพยัคฆ์ MEDIA (ฉบับพิเศษ) ปีที่ 10
ฉบับที่ 115 เดือนมกราคม 2537

แหกด่านคำโฆษณา หนีพิชรีโมท เรียก RECALL MEDIA ปีที่ 10 ฉบับที่ 115 เดือนมกราคม
2537

TA เจ้าไฮเวย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้จัดการรายเดือน ปีที่ 11 ฉบับที่ 124 มกราคม 2537

ภายใต้กระแสแห่ง GLOBALIZATION RETAIL MARKETING คู่แข่ง ปีที่ 1 ฉบับที่ 4
ธันวาคม 2536

สัมภาษณ์

- คุณต่อ สันติศิริ ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ , เจ้าของ NEXT CO.,LTD.
สัมภาษณ์เมื่อ 2 มกราคม 2537

- คุณกฤษณ์ อัครนนท์ ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ , SPAULDING & HAWI
ADVERTISING CO.,LTD. สัมภาษณ์เมื่อ วันที่ 3 มกราคม 2537

- คุณฤทัยวรรณ วงศ์สิริสวัสดิ์ ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ , GRAY (THAILAND)
CO.,LTD.สัมภาษณ์เมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2537

- คุณวศิโธม รัชมิตต์ ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ , SPA ADVERTISING CO.,
LTD. สัมภาษณ์เมื่อ 22 เมษายน 2537

ภาษาต่างประเทศ

Barban, Arnold M. Dunn, S. Watson. Advertisiing: Its Role in Modern Marketing. 6th edition.
The Dryden Press. 1986

Boorstin, Daniel J. The image New York : Atheneom, 1973

Boulding, Konneth E. The image Am Arbor : University of Michigan, 1975

Dyer, Gillian Advertising as communication Methven & Co., Ltd.

Fiske, John Introdution to Communication Studies London and New York : Methen, 1982

Grant Mccraoken , Culture and Consumption . Indiana University press. 1988.

G.roy Funkhouser and Eugene F. Shaw. Journal of communication. Spring, 1990

Hardold J. Leavitt. Journal of abnormal and Social Psychology , vol 46 , 1951

Hawkins, Del I. Roger J. Best Kenneth A. Coney. Consumer Behavior : Implications for Marketing Strategy (Fifth Edition). Homeword, Buston 1992 PP. 103-109,300-307

Jan, Harold Kassari H, and Robertsan, Thomas Perspective in Consumer Behavior Glenrille,
Illinois : Scott Foreman, Co., 1968

John Fiske. Television Culture, Richard Clay Ltd. 1987

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

Larry Percy and Johnm R. Rossitek. Advertising Strategy a Commuication Theory Approach,
New York, Praeper Publishers. 1980.

Mcluhan, Marshall. The Medium is the Message New york : Bantum Books. 1967

Robert I. Craig. Advertising as visual Communication , USA , Gordon and Breach Science Publishers, vol 13 , 1992

Ray, Michael L. Advertising and Communication Management Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc. 1982

William leiss. Stephen Kline . Sut Jhall. Social Communication In Advetising. Methuen, Inc. 1986.

Williamson, Judith Decoding Advertisements : Ideology meaning in advertisements 3rd editian camels and press Ltd. Great Britain 1983



ประวัติผู้เขียน

นางสาวกฤษณา ชินวังโส เกิดเมื่อวันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2511 ที่กรุงเทพฯ สำเร็จการศึกษาชั้นประถมและมัธยมต้นที่โรงเรียน สมถวิล ราชดำริ และสำเร็จการศึกษามัธยมปลายที่โรงเรียนศรีอยุธยา ปี 2529 ได้เข้าศึกษาระดับปริญญาตรีที่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะนิเทศศาสตร์ เอกวิชาการโฆษณา และโทวิชาการประชาสัมพันธ์ หลังจากสำเร็จการศึกษาได้เข้าทำงานที่ธนาคารซิตี้แบงก์ ในตำแหน่ง Account Executive ส่วนงาน Marketing ของบัตรเครดิต Citi Bank Visa ปี 2534 จึงลาออกมาศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิตที่ คณะนิเทศศาสตร์ภาควิชาการสื่อสารมวลชน ระหว่างปลายการศึกษา 2534 ได้กลับเข้าทำงานที่ ธนาคารซิตี้แบงก์ในส่วนงาน Mortgage Finance Department ในตำแหน่ง Business Development Officer จนถึงตุลาคม ปี 2535 และในปัจจุบันเป็น Section Manager ในส่วนงาน Mortgage Finance Department ของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ เอ็มซีซี จำกัด