

รายการอ้างอิง

หนังสือภาษาไทย

- กฤษดา เกิดดี. หัวหน้าหลักสูตรนิเทศศาสตร์ดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการภาพยนตร์ และวิดิทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต. สัมภาษณ์, 26 มี.ค 2552.
- ขรรค์ชัย บุนปาน. จรรยาบรรณนักหนังสือพิมพ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน , 2539.
- จริยา รอดเที่ยง .นักประชาสัมพันธ์ระดับ 9 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. สัมภาษณ์, 5 มี.ค 2552.
- จุฑามาศ ยศสุนทรากุล. กลยุทธ์การตลาดภาพยนตร์อเมริกันของบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์ ต่างประเทศในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ฉัตรมงคล สายพาน. ผู้จัดการฝ่ายการประชาสัมพันธ์การตลาดของบริษัท มงคลเมเจอร์. สัมภาษณ์, 4 มี.ค 2552.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. สื่อมวลชนกับสาธารณะมติ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ชาณูมาศ ทองสาย. ผู้จัดการแผนกประชาสัมพันธ์การตลาด ของบริษัท จีทีเอช GMM TAI HUB. สัมภาษณ์, 15 ม.ค 2552.
- ชาลลิต โทณวิณิก. ประธานกรรมการบริหารสื่อสถานีโทรทัศน์สี ช่อง 7. สัมภาษณ์, 3 เม.ย 2552.
- ณัฐริกา บุญวิภาส. การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด ในบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทปรึกษา การประชาสัมพันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ทรงพล วงษ์คนดี. พัฒนาการของกระแสนิยมภาพยนตร์เรื่องบางระจัน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการ เกิดกระแสนิยมในสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ทศพร กรกิจ. การสร้างความน่าสะพรึงกลัวใน "หนังผี" อเมริกัน เกาหลี และไทย วารสารปริทัศน์. ฉบับที่2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- ธাত্রี ใต้ฟ้าพูล. อาจารย์ประจำคณะวารสารศาสตร์สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สัมภาษณ์, 30 มี.ค 2552.
- ธีระพงษ์ รอบคอบ. เจ้าหน้าที่อาวุโส ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส. สัมภาษณ์, 5 ม.ค 2552.

- นพปฎล พลศิลป์. นักวิจารณ์หนังสือเอ็นเตอร์เทน สีสัน แฟชั่นเฮาส์ และ คอลัมน์นิสต์ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. สัมภาษณ์, 4 มี.ค 2552.
- นันทขว้าง สิริสุนทร. นักวิจารณ์ หนังสือสีสัน แฟชั่นเฮาส์ คอลัมน์นิสต์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ. สัมภาษณ์, 19 มี.ค 2552.
- นิโรธ เจริญประกอบ. เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. สัมภาษณ์, 5 มี.ค 2552.
- นรินทร์ รอดทอง. ฝ่ายส่งเสริมการตลาดของโรงพยาบาลนครเครือเอสเอฟ. สัมภาษณ์, 16 มี.ค 2552.
- แน่นน้อย บุญยเนตร. การสื่อสารการตลาดเพื่อการชมภาพยนตร์ไทย ฉบับที่ 1 วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต, 2549.
- บุญเลิศ อ่างใหญ่. ของชาวหนังสือพิมพ์ กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2528.
- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์, 2538.
- ปราโมช รัฐวินิจ. อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์. สัมภาษณ์, 7 มี.ค 2552.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. นายกสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย. สัมภาษณ์, 11 มี.ค 2552.
- พนม คลีฉายา. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย, 2548.
- พรชัย ว่องศรีอุดมพร. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เมเจอร์ กรุ๊ป. สัมภาษณ์, 22 มี.ค 2552.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การตลาดพิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย สุโขทัย, 2548.
- พรพิมล ทรรพกาญจน์. ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว. สัมภาษณ์, 19 มี.ค 2552.
- พีระ จิระโสภณ. อาจารย์ประจำคณะวารสารศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สัมภาษณ์, 9 เม.ย 2552.
- ภาคภูมิ ป่องภัย. บรรณาธิการบริหาร ข่าวหน้าหนึ่ง หนังสือพิมพ์ มติชน. สัมภาษณ์, 9 มี.ค 2552.
- มณฑนา ลีโนทัย. ผู้ประกอบธุรกิจขายมอเตอร์ไซด์. สัมภาษณ์, 10 ก.พ 2552.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สัมภาษณ์, 27 ก.พ 2552.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- วิไล เคียงประดู่. ผู้ช่วยผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 7 เม.ย 2552.

สมรภัท บรลั้งก์. หัวหน้ากองบรรณาธิการหน้าบันเทิง หนังสือพิมพ์ข่าวสด และ รองนายกสมาคม
นักข่าวบันเทิง. สัมภาษณ์, 20 ก.พ 2552.

สมรรถพร เพ็ชกิจ. ผู้จัดการแผนกประชาสัมพันธ์การตลาด บริษัท เอจี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด.
สัมภาษณ์, 12 มี.ค 2552.

สัตตกมล วรกุล. นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง แห่งประเทศไทย. สัมภาษณ์, 28 มี.ค 2552.

สุทธิลักษณ์ ตูลาพิทักษ์. นักวิจารณ์หนังสือประจำนิตยสารดิฉัน คอลัมน์ หนังสือดี หนังสือสี่ส้น และ
หนังสือแฟนท์เฮาส์. สัมภาษณ์, 11 มี.ค 2552.

สุภา ศิริมานนท์. ความรับผิดชอบของสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2538.

สุภาภรณ์ ศรีดี. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
สุโขทัย, 2548.

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. หน้า 144. กรุงเทพฯ: นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2533.

สิริภา เกตุเอี่ยม. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทย.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2545.

เสรี วงษ์มณฑา. ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร จำกัด, 2547.

ไสว บุญมา และ นิภากร ลิ้มปิยะการ. ทฤษฎีจุดกระแสนิยมหนังสือกระแสวิวัฒน์. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์ไทยรัฐ, 2543.

อรวิภา จินตนาวัน . กระบวนการสื่อสารในการสร้างกระแสนิยมในย่านสยามสแควร์. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. 2546.

อังธิดา ลิ้มปิยะมปาณี . การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของหนังสือพิมพ์ ต่อนักการเมือง ศิลปิน
นักแสดง นักธุรกิจ และ ประชาชนทั่วไป. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการ
ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2540.

อัญญลักษณ์ บัวศรี. การประชาสัมพันธ์การตลาดภาพยนตร์แอนิเมชันไทย. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. 2549.

อุดมศักดิ์ ยุทธนาระวีศักดิ์. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. สัมภาษณ์
, 27 ก.พ 2552.

หนังสือภาษาอังกฤษ

Brian McNair. (1995) .An introduction to political communication. London: Routledge.

Cohen, Ben And Jerry Greenfield. (1997).Ben & Jerry's Double-Dip,

New York: Simon&Shuster .

Cutlip,Scott M.Allen H.Center,and Glen M. Broom.(1995).Effective Public Relations.

6th ed. New Jersey: Prentice-Hall,Inc.

DanisMaQuail.(1983).MassCommunicationTheory:Introduction.London:Sage Publication.

George E. Belch and Michael A.Belch.(2007). Advertising and Promotion An IMC

Perspective, McGraw-Hill.

Gladwell, M.(2000).The Tipping Point: How little Thing Can Make a Big Difference,

USA:Little Brown and Company.

Kotler. (1980). Marketing Management :Analysis planning and control. New Jersey:

Prentice Lall ,Atheneuem.

Thomas L.Harris.(1998). Value-Added Public Relations. :The secret weapon of

intergrated marketing. Lincolnwood,IL:NTC Business Books.

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวระวีวรรณ นุชนาคา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต เกียรตินิยม
อันดับสอง จากคณะนิเทศศาสตร์ สาขาการประชาสัมพันธ์และโฆษณา มหาวิทยาลัยราชภัฏ
จันทรเกษม และ ศึกษาต่อจนจบระดับปริญญาโทบัณฑิต ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปี 2550
เคยผ่านการทำงาน ในตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์องค์กร บริษัท แชนแนลวี ประเทศไทย
จำกัด ปัจจุบัน เป็นเจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายประชาสัมพันธ์องค์กร บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

