

บรรณานุกรม

- กิตติ สิริพัลลภ. *การตลาดมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: มาร์เกตเตอร์, 2547.
- ชนิกา ศิริมงคลกุล. (2550). *ปัจจัยที่มีผลทำให้การสร้างตราสินค้าในกลุ่มสินค้าเกษตรประสบความสำเร็จ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนนิก. *กลยุทธ์สื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ทิปปิงพ้อยท์ เพรส, 2544.
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนนิก. *กลยุทธ์สื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ทิปปิงพ้อยท์ เพรส, 2545.
- ธีรพันธ์ โฉมทองคำ. *สื่อสารการตลาดแบบครบวงจรเชิงปฏิบัติการ*. กรุงเทพฯ: ทิปปิงพ้อยท์ เพรส, 2545.
- ทิพย์วรรณ งามศักดิ์. (2543). *การพัฒนาตราสินค้าผลิตภัณฑ์มะม่วงสด*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นราศรี ไววนิชกุล. (2548). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภวรรณ คณานุกรักษ์. 2547. *การสร้างตราสินค้าอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ*. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 24 (1): 228-248. อ้างถึง Paul Temporal. 2002. *Advance Brand Management*. ครั้งที่ 1. Wiley, Germany.
- ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร. 2547. *การสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาด*. ครั้งที่ 1. บริษัท แพ็คอินเตอร์กรุ๊ป จำกัด, กรุงเทพฯ.
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) <http://www.idd.go.th/Thai-html/05022007/PDF/PDF01/005.pdf>
- พรทิพย์ เลือดเงิน. 2544. *บุคลิกภาพผู้บริโภค บุคลิกภาพตราสินค้า และความตั้งใจซื้อ*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทวัส ชัยปาณี. 2546. Intro, น. 3-18. ใน จุฑาทิพย์ อิงวัฒนโกคา, บรรณาธิการ. *สร้างแบรนด์*. บริษัท ทิปปิง พอยด์ จำกัด, กรุงเทพฯ.
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. *การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2546.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. *นิเทศศาสตร์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2544.

วิลาลีนี พิมพ์ไพบุลย์. 2544. **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้า.**

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิมล พลราช. 2540. **การเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกพหุ
วิภาคกับการวิเคราะห์จำแนกในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาในการศึกษา
และผลการประเมินวิทยานิพนธ์ของมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). *Brand Management*. ครั้งที่ 1. High Press Co-Publishing, กรุงเทพฯ.

สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2540). *หลักการตลาด*. ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพรีก.

เสวี วงษ์มณฑา. *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: วิสิตีพัฒนา, 2540

สิรินันท์ วิรยศิริ. (2545). *กลยุทธ์การบริหารสื่อสารทางการตลาดเพื่อรักษาความเป็นผู้นำใน*

ตลาด :กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ไวตามินดี แบบยูเอชที. โครงการเฉพาะบุคคลปริญญา

มหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน , สาขาวิชา
การบริหารสื่อสารมวลชน.

สิริพร ปันณกาญจนวงศ์. (2545). *การสื่อสารตราสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผสมพร้อมดื่ม ในที่*

(nite). โครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสาร

ศาสตร์และสื่อสารมวลชน , สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.

อรอุมา ประยูรรัตน์. 2548. *หัวใจของแบรนด์*. ผู้ส่งออก 18 (425): 53-55. อ้างถึง Paul Temporal.

2002. *Advance Brand Management*. ครั้งที่ 1. Wiley, Germany.

Al Ries และ Laura Ries (2002) *Building Brand Equity*. New York: International Journal of
Medical Marketing, 2002.

Aaker, David A. (1996). *Building strong brand*. New York : Free press.

Dolak, D. 2001. *Building a strong brand*. Brand and branding basic. Available Source:

<http://www.davedoluk.com/whitepaper/dolak4.html>, May 1, 2011.

Kotler, Phillip. (1993). *Principle of Marketing*. 6 th ed. New Jersey : Prentice Hall.

Kotler, Phillip. (2003). *Marketing Management*. 11 th ed. New Jersey : Prentice Hall.

Harris Thomas L. *The marketer's guide to public relations in the 21st century*. Mason, Ohio,
U.S.A. : Thomson, 1998.

Schultz, Don E. *Integrated marketing communications*. Lincolnwood, Ill.: NTC Business Books, 2001

Schiffman, G. and, L. Kanuk. (1997). *Consumer Behavior*. 6 ed. New Jersey : Prentice Hall International.