

บรรณานุกรม

การสื่อสารการตลาด. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2560, จาก

http://free4marketingad.blogspot.com/2011/08/blog-post_30.html

คอตเลอร์,ฟิลิป. (2554). การจัดการการตลาด. (แปลจาก Marketing Management โดยธรรณ แสงสุวรรณ, อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า, อุไรวรรณ แยม์นิยม ยุทธนา ธรรมเจริญ และ ยงยุทธ์ พงศ์ศรีพันธ์). พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

คอตเลอร์,ฟิลิป. (2554). เจาะลึกการตลาด A ถึง Z. (แปลจาก Marketing Insights from A to Z โดยดนัย จันท์เจ้าฉาย และยศยอด คลังสมบัติ). พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร : ดีเอ็ดจี.

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การสื่อสารการตลาดครบวงจร สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2560, จาก

<http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/341-ipc-integrated-marketing-communication.html>

วิกิรานต์ มงคลจันทร์ (2556). The Invisible Hat ถอดหมวก... เปิดความคิด ชีวิตและการตลาด.

เดือนปีที่พิมพ์ มิถุนายน 2556. สำนักพิมพ์ Marketing Indeed Book.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรชรมณีสงฆ์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 มิถุนายน 2560, จาก

<http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit3/SUBM1/U312-1.htm>

ASTVผู้จัดการออนไลน์. **ผ่า Big Idea “มาศคอท”** คู่แข่ง Celebrity ยุคเศรษฐกิจฝืด. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2560, จาก

<http://www2.manager.co.th/Dhamma/ViewNews.aspx?NewsID=9480000094508&Page=ALL&TabID=3>

Philip Kotler and Kevin Lane Keller. (2003). Marketing Management: Prentice-Hall, Inc.

Solomon M.R. (2002). Consumer behavior buying having and being. New Jersey :
Prentice Hall.

Taro Yamane. (1967). Elementary Sampling Theory : Prentice Hall.