



บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กิดานันท์ มลิทอง. (2540). **เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม**. กรุงเทพฯ: ชวนพิมพ์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). **การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2540). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- Duncan T.R. (2002). **IMC Using advertising and promotion to build brands**. Boston:  
McGraw-Hill Irwin.
- Duncan & Caywood. (1996). **The concept, process and evolution of integrated marketing  
communications**. Hillside: Erlbaum.
- Hovland C. (1953). **Communication and Persuasion**. New Haven CT: Yale University.
- Kolter. (2004). **Principles of Marketing**. New Jersey: Peason Education.
- Klapper Joseph T. (1960). **The Effects of Mass Communication**. Illinois: Free.
- Mcquail's. (2000). **McQuail's mass communication theory**, Sage Rogers, Everett M.  
1969. **Modernization among peasants: the impact of communication**. New York:  
Holt Rinehart and Winston.
- Lazarsfeld. (1968). **Mass Media and Personal Influence**, In **The Science of Human  
Communication**. New York: The Basic Book.
- Lasswell H.D. (1948). **The Structure and function of communication in society**, in Bryson  
(ed.) **The communication of Ideas**. New York: Harper and Brothers.
- Schultz. (2004). **IMC the Next Generation: Five Steps for Delivering Value and  
Measuring Financial Returns Using marketing Communication**. Boston MA: Mc  
Graw-Hill.
- Schramm Wibur. (1973). "Channels and Audiences". In Itheel de Sola Pool and Wibur  
Schramm. **Handbook of Communication**. Chicago: Rand McNally College  
Publishing.