

บรรณานุกรม

- เกรียงไกร กาญจนะ โภคิน . 2550. Live Branding : The New Definition of Event Marketing (1). bangkokbizweek. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก : <http://regelearning.payap.ac.th/docu/th/203/content/news.htm>.
(วันที่เข้าถึง : 30 มิถุนายน 2551).
- เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม. 2551. กิจกรรมพิเศษ (Event Marketing). [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก
: http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/64/Customer1.pdf
(วันที่เข้าถึง : 3 กรกฎาคม 2551).
- ความหมายของงานอีเว้นท์
<http://setup.co.th/index.php/19-uncategorised/setup-data-articles/joomla/8-event-organization> (สืบค้น 2 สิงหาคม 2560)
- จิตรภัทร์ จึงอยู่สุข, 2543. การมีส่วนร่วม ทักษะคิด การตัดสินใจซื้อ ความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสินค้าความเกี่ยวพันสูงและสินค้าความเกี่ยวพันต่ำที่มีการจัดการตลาดเชิงกิจกรรม.นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.กรุงเทพมหานคร.
- จันทร์ มาศสุพงษ์.หลักนิทรรศการ .พิมพ์ครั้งที่1 .กรุงเทพมหานคร :โอเดียนสโตร์ .หน้า 9 .,2540.
- ชโยดม สามิบัติ. 2555. การตอบสนองต่อการส่งเสริมการขายของผู้ซื้อสินค้าที่ร้านลอฟท์สาขาสยามดิสคัฟเวอร์รี่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ทัศนีย์วรรณ แนบทางดี. 2554. ผลกระทบของประสิทธิภาพการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจตัวแทนประกันวินาศภัยในประเทศไทย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บิสิเนสไทย. 2550. อินเด็กซ์-แกรมมี ปั้น 3-RD Interactive ครบวงจร. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก : <http://regelearning.payap.ac.th/docu/th/203/content/news.htm>.
(วันที่เข้าถึง : 25 มิถุนายน 2551).
- ประโยชน์ของการจัดงาน Event Marketing
<https://rdevent.wordpress.com/>
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2551 ข้อดีของการทำการตลาดเชิงกิจกรรม คือนักการตลาดสามารถจัดกิจกรรม
เข้าถึงจาก : http://www.sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=77:event-marketing&catid=25:the-project&Itemid=72

วิทยา ด้านธำรงกุล. 2548. อีเว้นท์มาแรง. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.bkkonline.com/gen-business/6dec48.shtml>.

(วันที่เข้าถึง : 3 กรกฎาคม 2551).

(วันที่เข้าถึง : 20 เมษายน 2558)

สิโรบล สุขสวนค์ (2551) สาวเชียร์เบียร์: ปฏิบัติการส่งเสริมการขายในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม
วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหัศจรรย์ (มานุษยวิทยา) คณะสังคมวิทยา
และมนุษย์

RAMANTHAN, S. & DHAR, S. K. 2013. Buy One, Get One Free: How Framing Sales
Promotions Affects the Whole Shopping Basket. *GfK-Marketing Intelligence
Review*, 5, 49-52.