

## บรรณานุกรม

บรรณานุกรม กัญจณิพัฑฐ วงษ์สุเมธรัตน์.2549.กระบวนการดำเนินงานโฆษณา.กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กัลยกร วรกุลลัญญานีย์ และ พรทิพย์ สัมปตตะวานิช.2551.การโฆษณาเบื้องต้น.กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ลีปปลัญฐ สำเร้ง.2545.กลยุทธ์สาร และการตอบสนองของผู้บริโภคต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริม สังคม. วิทยานิพนธ์. นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการ โฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สื่อโฆษณาออนไลน์ อรุณช ศศิลาวัฒน์. (2552). ปัจจัยในการเปิดรับโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ของ ประชาชน ในกรุงเทพมหานคร /. กรุงเทพฯ :: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.,มหาวิทยาลัยรามคำแหง2552  
[http://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve\\_Doi=10.14457/RU.the.2009.293](http://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/RU.the.2009.293)

