



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## บรรณานุกรม

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2550). มหาวิทยาลัยปรับตัว ในยุคอัตราเกิดลดลง. (ออนไลน์).  
แหล่งที่มา : [www.kriengsak.com/node/874](http://www.kriengsak.com/node/874). (7 กันยายน 2561)
- เกษศิริพันธ์ มั่งมี. (2556). การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ.  
วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ข่าวสารเทคโนโลยี URL คืออะไร. (2561). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : [www.rangforever.com/news.php?id=8](http://www.rangforever.com/news.php?id=8). (11 ตุลาคม 2561)
- คนไทยเสพติดการใช้อินเทอร์เน็ตมากสุดในโลก. (2561). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : [www.admissionpremium.com/it/news/3295](http://www.admissionpremium.com/it/news/3295). (27 กุมภาพันธ์ 2561)
- คุณากร ภัทรภิญโญพงศ์. (2554). การวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ บริษัท เอเชียน  
หรือเพอร์ดี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน). คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แคทริยา ตั้งเจริญ. (2554). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการสร้างภาพลักษณ์องค์กร  
ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ศศ.ม. (การสื่อสารศึกษา). จังหวัดเชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เฉลิมวุฒิ ทองสีดา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ณัฐธยาน์ ถวิลวงษ์ เป็นผู้สัมภาษณ์. (7 กรกฎาคม 2561).  
ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี.
- ชนาธิป เหมธาดา. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรผ่านการสื่อสารการตลาด  
เชิงบูรณาการ กรณีศึกษา: บริษัท เครื่องเจริญโภคภัณฑ์สู่การเป็นครัวของโลก อย่างยั่งยืน.  
ภาคินพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติ  
แอสตมฟอร์ด.
- ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ. (2558). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ : หนึ่งในลมใต้ความสำเร็จ  
ตราสินค้า. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2558.
- ชินจิตต์ แจงเงินกิจ. (2544). กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ทิปป์ปิ้ง พอยท์.  
โชติอนันต์ พงษ์พรหมนัน. (2560). การตลาดแบบครบวงจร. (ออนไลน์).  
แหล่งที่มา : [www.aunsasitorn.blogspot.com/2017/01/imc-integrated-marketing-communication.html](http://www.aunsasitorn.blogspot.com/2017/01/imc-integrated-marketing-communication.html) (1 กันยายน 2561)

- ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ. (2557). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อภาครัฐกิจ.  
วารสารปัญญาวิวัฒน์. ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนมกราคม - มิถุนายน 2557.
- ดลธร เพ็ชรณสังกุล. (2556). ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ  
สาขาวิชาการสื่อสารดิจิทัล มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.  
(นิเทศศาสตร์). จังหวัดเชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- คอน, อี. ซูลท์, สเตนลีย์, ไอ. แทนเนนโบม และ โรเบิร์ต, เอฟ. เลาเทอร์บอร์น. (2001).  
ไอเอ็มซีการสื่อสารการตลาดแนวใหม่ = The new marketing paradigm:  
Integrated marketing communications. ชินจิตต์ แจ็งเจนกิจ แปลและเรียบเรียง.  
กรุงเทพฯ : สยามศิลป์ พรินท์ แอนด์ แพ็ค.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- ตราจิตต์ เมืองคล้าย. (2556). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนะของนักเรียน  
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิตพิบูลบำเพ็ญ มหาวิทยาลัยบูรพา. ปรินญาณิพนธ์  
ร.ม. (การบริหารทั่วไป). จังหวัดชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ทรงศักดิ์ มิมกระโทก เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ณัฐชยาน์ ถวิลวงษ์ เป็นผู้สัมภาษณ์. (9 พฤษภาคม 2560).  
ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี.
- ทิพย์กัลยา ภาษิตวิไลธรรม. (2558). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและการวัดคุณค่า  
ตรามหาวิทยาลัย ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายและมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.  
วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (สื่อสารการตลาด). จังหวัดเชียงราย : บัณฑิตศึกษา  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ชเนศ บุคันตวนิชชัย. (2553). การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ. วารสารวิชาการ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน - มิถุนายน 2553.
- ชเนศน์ นุ่นมัน. (2561). วิฤติมหา'ลัย โจทย์ใหญ่ที่ต้องเร่งปรับตัว. (ออนไลน์).  
แหล่งที่มา : [www.posttoday.com/politic/report/546661](http://www.posttoday.com/politic/report/546661) (7 กันยายน 2561)
- ธัญญนิษฐ์ ศรีรัตนธารง. (2557). ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า  
บริษัท เมอร์เซเดส - เบนซ์ ลีสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด. วิทยานิพนธ์ บช.ม. (บริหารธุรกิจ).  
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นรภฤต วันตะเมธ. (2557). การสื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปราโมทย์ สุวรรณ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ณัฐชยาน์ ถวิลวงษ์ เป็นผู้สัมภาษณ์. (23 พฤษภาคม 2560).  
ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี.

- ฝ่ายทะเบียนและประมวลผล. (2561). จำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี  
ประจำปีการศึกษา 2560 – 2561. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (ม.ป.ป.). การตลาดเชิงกิจกรรม. (ออนไลน์).  
แหล่งที่มา : sara-dd.com/index.php?option=com\_content&view=article&id=77:  
eventmarketing&catid=25:the-project&Itemid=72. (26 ธันวาคม 2560)
- พรพรรณ สุขน้อย. (2556). เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (IMC) ที่มีผลต่อการตัดสินใจ  
เข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาสื่อมวลชนศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วิทยานิพนธ์ ว.ม. (การจัดการการสื่อสารองค์กร). กรุงเทพฯ :  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พอนันท์ สุทธิวัฒนะ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ณัฐชยาน์ ถวิลวงษ์ เป็นผู้สัมภาษณ์. (23 พฤษภาคม 2560).  
ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี.
- พิมลพรรณ จันทร์เจริญ และกิตติมา ชาญวิชัย. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ  
เพื่อส่งเสริมการตลาดของสถาบันแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่.  
วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร. ปีที่ 11 ฉบับพิเศษ  
ประจำเดือนมกราคม – มิถุนายน 2559. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ฟิลิป, คอตเลอร์. (2003). การจัดการการตลาด = Marketing Management. 11 th ed.  
ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ แปลและเรียบเรียง. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น  
อินโดไชน่า.
- ภคินีพัชญ์ ชื่นจิตต์ศิริ. (2555). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า  
แกรนด์ พระราม 9. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์การตลาด). กรุงเทพฯ :  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่น  
ในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การบริหารเทคโนโลยี).  
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาวิณี มาตแมน. (2557). กลยุทธ์การตลาดเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน  
ในประเทศไทย. ดุษฎีนิพนธ์ บธ.ค. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- มนตรี สังข์ทอง และคณะ. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์  
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.  
วารสารสมาคมนักวิจัย ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2557.

- มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. (2547). สมเด็จพระทรงเกือกก่อเกิด...มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.  
พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง. (2557). การสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ  
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี. มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.  
ไวคุณท์ ทองอร่าม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ณัฐชยาน์ ถวิลวงษ์ เป็นผู้สัมภาษณ์. (25 มกราคม 2561).  
ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี.
- ศศิวิมล แส่นเมือง. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี  
ของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์  
ก.ม. (เทคโนโลยีการจัดการ). จังหวัดนครราชสีมา : บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สมชาย ศรีวิรัตน์. (2556). งานประชาสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร. (ออนไลน์).  
แหล่งที่มา : gotoknow.org/posts/548401. (9 สิงหาคม 2561).
- สิบพร คุปตารักษ์. (2559). ปัจจัยด้านการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อ  
ในระดับปริญญาเอก กรณีศึกษานักศึกษาปริญญาโทและปริญญาเอก สถาบันบัณฑิต  
พัฒนบริหารศาสตร์. สำนักวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุจิตรา แก้วสีนวล. (ม.ป.ป.). การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์. คณะสารสนเทศและการสื่อสาร.  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สุทธินันท์ ไสวดี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ณัฐชยาน์ ถวิลวงษ์ เป็นผู้สัมภาษณ์. (26 พฤษภาคม 2560).  
ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี.
- สุรีย์มาศ สุขกสิ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ณัฐชยาน์ ถวิลวงษ์ เป็นผู้สัมภาษณ์. (9 พฤษภาคม 2560).  
ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). ภาพพจน์นั้น...สำคัญไฉน?. กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.  
\_\_\_\_\_. (2547). ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : วิสิทธิ์พัฒนา.
- แสงเดือน วนิชดำรงศักดิ์. (2555). การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพบริการ: กรณีศึกษา  
ธนาคารเกียรตินาคิน สาขากรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.  
(การจัดการทั่วไป). จังหวัดปทุมธานี : บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- โสภิตา ปานสุวรรณ. (2556). วิเคราะห์การสื่อสารการตลาดโรงเรียนอนุบาลเอกชน. วิทยานิพนธ์  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

- อภิชาจ พุกสวัสดิ์. (2555). การสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ :  
**ศึกษารณี 25 โรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดสมุทรปราการ.**  
 วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2555.
- อมรรัตน์ เลขกาญจน์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ณัฐชยาน์ ถวิลวงษ์ เป็นผู้สัมภาษณ์. (26 พฤษภาคม 2560).  
 ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี.
- อัสสุดา ชนิดพัฒนา และ จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2559). การสื่อสารการตลาดระหว่างประเทศ :  
**กรณีศึกษาธุรกิจสปาไทยภาคผลิตภัณฑ์และบริการในสหรัฐอเมริกาอหริบเมเรตส์.**  
 วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2559.
- อานนท์ ศักดิ์วีระวิชัย. (2559). มหาวิทยาลัยไทยจะอยู่รอดได้หรือไม่. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :  
[manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?News](http://manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?News). (25 พฤษภาคม 2559).
- อัยพรกานต์ ศิริวงษ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ณัฐชยาน์ ถวิลวงษ์ เป็นผู้สัมภาษณ์. (27 พฤศจิกายน 2560).  
 ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี.
- อินทอร์ ไตรศักดิ์. (2557). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ  
 ของนักศึกษาในสำนักงานการอาชีวศึกษา จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.  
 (การตลาด). จังหวัดปทุมธานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Edmiston-Strasser, D. (2009). **An Examination of Integrated Marketing Communications in U.S. Public Institutions of Higher Education.** Doctoral Dissertation. University of Maryland.
- Maha Mourad, C. and Ennew Wael, K. (2011). **University Education Branding: The Case of University of Novisad, Faculty of Science.** Master Degree. University of Ljubljana.

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี