

บรรณานุกรม

- จาศรี ดิงศภัทัย. (2546). การวิเคราะห์กวีนิพนธ์ (อังกฤษ). ใน *กวีนิพนธ์นานาชาติ: การศึกษาเชิงวิจารณ์*. กรุงเทพฯ: คมบาง.
- จิรัจันทร์ ประทีปะเสน, สุภาณณี จันทรคำอ้าย และต้องลักขณ์ เกษกาญจน์. (2534). *โฆษณาภาษาทีวี: การเปรียบเทียบและวิเคราะห์ภาษาอังกฤษที่ใช้โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ตีพิมพ์ในประเทศไทย*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จูไรรัตน์ ลักษณะศิริ และบาทัน อัมสำราญ. (2548). *ภาษากับการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: พีเพรส.
- เดือนจิตต์ จิตต์อารีย์. (2548). *แปลให้เป็นแล้วก่ง*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- ทิพวรรณ วีระสิงห์. (2532). *การใช้ภาษาในการโฆษณา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นรากร อมรฉัตร. (2547). กลยุทธ์การบริหารตราสินค้าระดับโลก. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 8(2), 121-128.
- นวลทิพย์ เพิ่มเกษร. (2544). *ลักษณะภาษาโฆษณาที่ใช้ในหนังสือพิมพ์ไทย*. กรุงเทพฯ: โครงการวิจัยเสริมหลักสูตร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เนาวนิจ สิริผาดิวิรัตน์. (2544). *ภาษาชักจูงในโฆษณาทางโทรทัศน์: การศึกษาภาษาระดับข้อความตามแนววจนปฏิบัติศาสตร์*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาภาษาศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เน่งน้อย บุญยเนตร. (2548). การจดจำคำขวัญโฆษณาที่ใช้เสียงสัมผัส. *นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต*, 9(1), 9-18.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- เปลื้อง ณ นคร. (2540). *ภาษาวรรณกรรม*. กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.
- พนมพร นิรัญทิวี. (2544). การเขียนโฆษณา: กลวิธีการใช้ภาษาพาดหัวและคำขวัญ. *วรรณวิทัศน์*, 1(1), 55 – 70.
- ภัทรคนัย อินทรพงษ์นุวัฒน์. (2541). *กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณาทางโทรทัศน์ของเครื่องดื่มประเภทโคล่า (โคคา โคล่า และเป็ปซี่) ที่ออกอากาศในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2525-2540*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ภัสราภรณ์ ทาทอง. (2549). *การวิเคราะห์ลักษณะทางวาทศิลป์ที่ใช้ในหัวเรื่องโฆษณา เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในนิตยสาร ตั้งแต่ปี 2001-2005*. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจเพื่อการสื่อสารนานาชาติ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มณูญ แสงหิรัญ และคณะ. (2520). *การโฆษณา: ความหมายและการสร้างงานโฆษณา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. (2546). *ภาษาไทยกับการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: ต้นไม้ฟ้า.
- ยุพาวี ประทีปะเสน ชัยศิลป์วัฒนา. (2542). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวรรณคดี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2545). *พจนานุกรมศัพท์วรรณกรรม อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- รีดเดอร์ไคเจท. (2548). *ยอดผลิตภัณ์ท์ 2005*. กรุงเทพฯ: รีดเดอร์ไคเจท.
- เรไร ไพรวรรณ. (2542). *การใช้ภาษาไทยทางธุรกิจ. ใน โครงการตำราวิชาการราชภัฏเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษา 6 รอบ*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- วิริศรา ฉวีงาม. (2545). *การสื่อสารตราสินค้า "Coca-Cola" ผ่านการจัดการสินค้าในร้านค้า เบ็ดเตล็ดของบริษัทไทยน้ำทิพย์ จำกัด*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สกนธ์ ภู่งามดี. (2547). *การวางแผนในงานโฆษณา*. กรุงเทพฯ: บิ๊ก พอยท์.
- สิทธิชัย ชื่นชูวิทย์. (2543). *การโฆษณา*. กรุงเทพฯ: กรมอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- เสถียร ส่ายสีเสด. (2543). *หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *การโฆษณาเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.
- อวยพร พานิช. (2533). *พัฒนาการของคำขวัญโฆษณาในงานประชาสัมพันธ์ในสื่อสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อวยพร พานิช และคณะ. (2543). *ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อวันดี อภิชาติวงศา. (2549, กรกฎาคม). *ลักษณะเด่นของการใช้ภาษาในการสร้างคำขวัญของโฆษณา*. *จุลสารลายไทยฉบับพิเศษ (ฉบับพิเศษ)*, 71 – 81.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒนา โฆษิต. (2545). *การเขียนในสื่อต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- Coca-Cola*. (2005). Retrieved February 27, 2005, from http://www2.coca-cola.com/heritage/cokelore_slogans.html
- Cola Fountain*. (2005). Retrieved February 27, 2005, from <http://colafountain.topcities.com/slogans.htm>
- Corbett, E. P. J., & Connors, R. J. (1999). *Classical Rhetoric for the Modern Student*. New York: Oxford.
- Crystal, D. (1995). *The Cambridge Encyclopedia of the English Language*. England: Cambridge University Press.
- Cuddon, J. A. (1979). *A Dictionary of Literary Terms and Literary Theory* (3rd ed.). n.p.
- Leech, G. N. (1969). *A linguistic Guide to English Poetry*. London: Longman.
- Library of Congress. (2005). *Highlights in the History of Coca – Cola Television Advertising*. Retrieved February 27, 2005, from <http://memory.loc.gov/ammem/ccmhtml/colahist.html>
- Mcquarrie, E.F., & Mick, D.G. (1996). Figures of rhetoric in advertising language. *Journal of Consumer Research*, 22, 424-438.
- Moriarty, S.E. (1991). *Creative Advertising Theory and Practice* (2nd ed.). Singapore: Prentice-Hall International.
- Myers, G. (1994). *Words in Ads. Department of Linguistics & Modern English Language*. London: University of Lancaster.
- Palazzini, F.S. (1989). *Coca-Cola Superstar: Flora Steinbach Palazzini*. New York: Barron's.
- Rannu, A. (1998). *Advertising Language in Mass Media*. Retrieved February 27, 2005, from <http://lin.ehi.ee/publikatsioonid/tp/act.html>
- Russell, S. (1993). *Grammar, Structure and Style: A Practical Guide to A-Level English*. New York: Oxford University.
- William, G. (1995). *Business in action: Coca - Cola*. Avon: Cherrytree Press.
- Xiaosong, D. (n.d.). *Stylistic features of the advertising slogan*. Retrieved November 20, 2004, from <http://www.translationdirectory.com>