

บรรณานุกรม

- กฤษณ์ วัชรวิทย์. (2544). ทักษะการสื่อสาร. สงขลา: เอส ซี วี มิสสิเนส.
- จักรกฤษณ์ มะสะพันธุ์. (2551). รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog (กรณีศึกษา: Bloggang และ Ok Blog). กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตาภา สุขพลำ. (2548). การสื่อสารระหว่างบุคคล. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรินติ้งเฮาส์.
- ฉัฐา ฉางชูโต. (2551). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดในธุรกิจออนไลน์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ดารา ทิปะปาล และธนวัฒน์ ทิปะปาล. (2553). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- ตุล อัครนิบุตร. (2556). อิทธิพลของการโฆษณาที่ใช้ฟรีเซนต์อร์นักร้องเกาหลีต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของวัยรุ่นหญิงในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธิดารัตน์ ไร่วิบูลย์. (2552). การสร้างอัตลักษณ์และกระบวนการสร้างสัมพันธ์ผ่าน www.Bloggang.com. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์สารสนเทศ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นนทญา หงษ์รัตน์. (2550). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรในโรงเรียนชาวนา จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารมวลชน, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นัท-แดง โม. (2551). ประวัติ blog. เข้าถึงได้จาก http://nuttangmo.blogspot.com/2008/02/blog_07.html
- ปกรณ์ฤกษ์ กันทะเลิศ. (2553). เอกสารประกอบการเรียนวิชาการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์. เข้าถึงได้จาก <http://pakornkrits.files.wordpress.com>
- ปรเม สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2551). บันทึกความสำเร็จธุรกิจดอทคอม e-commerce success cass study มุมมอง. การตลาดและกรณีศึกษาเว็บไซต์ไทย. กรุงเทพฯ: พงษ์วินการพิมพ์.
- ยอดขวัญ นิลวงศ์. (2552). การวิเคราะห์โครงสร้างและเนื้อหาของบล็อกองค์กรธุรกิจการบิน. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. (2546). การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- รยากร ศรีวิไลย. (2548). *กลยุทธ์การสร้างสารโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์และการตีความของผู้บริโภค*.
 นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- แวอาชีวะห์ ดาหะยี่. (2553). *ศิลปะการใช้ภาษาเพื่องานนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: เทมการพิมพ์.
- สีปปณัฐ สำเริง. (2545). *กลยุทธ์สาร และการตอบสนองของผู้บริโภคต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรัตน์ ตรีสกุล. (2549). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: พ.ศ.พัฒนา.
- สุรัตน์ โพธิ์ทอง. (2552). *ทำ Blog ยังไงให้ทำเงิน*. กรุงเทพฯ: วิตติกรุป
- สุวรรณา ตั้งทิษะรักษ์. (2551). *การใช้“ภาษาในอินเทอร์เน็ต” เป็นสื่อการสอน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อวยพร พาณิช, อุบลวรรณ ปิติพัฒนะ โฆษิต, อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, ถิรนนท์ อนุวัชสิริวงศ์, และไสลทิพย์ จารุภูมิ. (2548). *ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาณัติ สัมภคเดช. (2546). *เรียนรู้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภาคทฤษฎีและปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ไผศาลการพิมพ์.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒนะ โฆษิต. (2545). *การเขียนในสื่อต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอ็ก-เอ็ก. (2556. 8 ธันวาคม). *ตำแหน่ง, สัมภาษณ์*.
- Baldwin, D. (1989). *Investigating home and family*. New York: Oxford University Press.
- Chang, Y., & Zhu, D. (n.d.). *Factors influencing consumer's initial intention of online shopping in China: an empirical study*. Retrived from <http://it.swufe.edu.cn/UploadFile/other/xsjl/sixwuhan/Paper/EB417>
- Kaye, B. K. (2007). *Blog use motivation: an exploratory study*. New York: Routledge.
- Kim, S., & Chung, D. S. (2007). *Characteristics of cancer blog users*. New York: University of Kentucky.
- Mohammed, R. A. . Fisher, R. J., Jaworski, J. B., & Cahill, M. A. (2001). *Internet marketing: building advantage in a networked economy*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- PUPE_SO_SWEET ที่อปปโหวตบิวดี้กูรูเมืองไทย. (2554). เข้าถึงได้จาก <http://www.positioningmag.com/content/pupesosweet-ที่อปปโหวตบิวดี้กูรูเมืองไทย>

Duncan, T. (2002). *IMC using advertising and promotion to build brands*. New York: McGraw-Hill/ Irwin.

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University