บรรณานุกรม

กชนันท์ ธาดาวชิรา. (2548). *การสร้างแบรนด์และการบริหารจัดการแบรนด์ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)*. การศึกษาค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กุลวีณ์ วิริโยทัย. (2552). *กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ทางการเมืองของกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย พ.ศ. 2551*. การศึกษาค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ขวัญข้าว โง้วจิระศักดิ์. (2552). *การสร้างตราสินค้าทางการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์*. การศึกษาค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

คริสโตเฟอร์ ไรท์. (2548). *ฝรั่งเข้าใจ คนไทยเก๊ท*. กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.

_____. (2550). *Me Myself and the Movies*. กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.

_____. (2553 a). *ภาษาอังกฤษแค่คริสก็มันส์แล้วฉบับสมบูรณ์*.กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.

_____. (2553 b). *Chris Unseen: Have you ever seen Chris yet?*. กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.

_____. (ม.ป.ป.). *English for Thais*. ม.ป.ท.

_____. (2554, 8, สิงหาคม). สัมภาษณ์.

_____. (2554, 11, ธันวาคม). สัมภาษณ์.

คริสอิงลิชสคูลดอทคอม. (2555). วันที่ค้นข้อมูล 30 มกราคม 2555, เข้าถึงได้จาก http://www.chrisengschool.com/

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ Benchmarking. (ม.ป.ป.).วันที่ค้นข้อมูล 4 ธันวาคม 2555, เข้าถึงได้จาก http://www.onesqa.or.th

จตุรงค์ ล้อมพิทักษ์. (2552). *กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ กระบวนการและแนวโน้มการสื่อสารการตลาดในอนาคตของสถานีโทรทัศน์ U CHANNEL*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ช่อผกา วิริยานนท์. (2538). *กระบวนการสร้างและรักษาความนิยมของพิธีกรโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ณัฐภรณ์ สถิรกุล. (2537). *กระบวนการสร้างนักร้องยอดนิยมของบริษัทแกรมมี่เอ็นเตอร์เทนเม้นท์จำกัด*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐวัฒน์ วงศ์วิลาสนุรักษ์. (2553). *การสร้างตราเฉพาะบุคคลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์สมัยใหม่*. วันที่ค้นข้อมูล 25 พฤศจิกายน 2554, เข้าถึงได้จาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_10/pdf/aw13.pdf

ดารา ทีประปาล และธนวัฒน์ ทีประปาล. (2553). *การสื่อสารการตลาด: Marketing Communications*. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

ทิพย์มาศ ศิริไพบูลย์. (2551). *ความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการคริสดีลิเวอรี่*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ทวีศักดิ์ นพเกษร. (2551). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: ชมรมพยาบาลชุมชนแห่งประเทศไทย

ธนา ง้าวทองไพฑูลย์. (ม.ป.ป.). *คำนิยม*. วันที่ค้นข้อมูล 30 มกราคม 2555, เข้าถึงได้จาก http://www.chrisengschool.com/

นันทพร จิตมุ่ง. (2552). *พฤติกรรมการเปิดรับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ด้านภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ CHRISDELIVERY*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นฤมล เตียวเช.(ม.ป.ป.). *คำนิยม*. วันที่ค้นข้อมูล 30 มกราคม 2555, เข้าถึงได้จาก http://www.chrisengschool.com/

นิตยสาร Request. (2554). *10 อันดับดาราไทยที่ได้รายได้รวมจากงานโฆษณามากที่สุดประจำปี 2011*. วันที่ค้นข้อมูล 3 ตุลาคม 2554, เข้าถึงได้จาก http://news.7mth.com/data/20110911/84808.shtml

พรรณา ทรัพย์กุญชร. (2547). *กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า ร้านจี๊เล้ง พลาซ่า*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

พัชริดา วัฒนา. (2535). *ศิลปินเพลงไทยสากลและสื่อมวลชน: วิถีทางในการสร้างความมีชื่อเสียง*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

เพิ่มเกียรติ เรืองสกุล. (2544). *กระบวนการผลิตนักร้องของอุตสาหกรรมเพลงไทย.* วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาวิณี กาญจนาภา. (2554). *หลักการตลาด.* กรุงเทพฯ: ท้อป.

วรรณภา ดีศรี. (2547). *การสร้างตราสินค้าของไวน์ผลไม้ไทย.* การศึกษาค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วราภรณ์ ซื่อประดิษฐ์กุล. (2540). *การนำเสนอประเด็นของ "สมรักษ์ คำสิงห์" ในสื่อมวลชน.* วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิกิพีเดีย. (2554). *อุดม แต้พานิช.* วันที่ค้นข้อมูล 3 ตุลาคม 2554, เข้าถึงได้จาก http://th.wikipedia.org/

วิทวัส ชัยปาณี. (2548). *สร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ = Creative brand.* กรุงเทพฯ: มติชน.

วิทวัส สัตยารักษ์. (2552). *กลยุทธ์การสร้างแบรนด์มหาวิทยาลัยเอกชน.* วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิเลิศ ภูริวัชร. (2551, 25 สิงหาคม). มูลค่าแบรนด์นักกีฬาโลก. *กรุงเทพธุรกิจ (Bizweek),* หน้า 4.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และปณิศา มีจินดา. (2554). *การบริหารตราเชิงกลยุทธ์และการสร้างคุณค่าตรา.* กรุงเทพฯ: ธรรมศาล.

ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). *Brand Management.* กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ลิฟ.

สุกรี แมนชัยนิมิต. (2551). *การสร้างแบรนด์บุคคล.* ม.ป.ท.

สุขุม หวังพระธรรม. (2553) *จากวีรบุรุษสู่ผู้มีชื่อเสียง: การสื่อสารกับการสร้างภาพลักษณ์ดารา ฟุตบอล.* วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุนทรี โคมิน. (2534). *เจตคติกับพฤติกรรมมนุษย์: จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุรีย์พร สุวรรณไตร. (2550). *การสร้างแบรนด์ทรู.* การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ, สาขาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

เสริมยศ ธรรมรักษ์. (2551). *ความเป็นมาของแบรนด์, การสื่อสารแบรนด์*. วันที่ค้นข้อมูล 25 พฤศจิกายน 2554, เข้าถึงได้จาก

_____. (2554). *การสรางแบรนด์บุคคล: ปั้นคนให้เป็นแบรนด์*. วันที่ค้นข้อมูล 25 พฤศจิกายน 2554, เข้าถึงได้จาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter /executive_journal/jan_mar_11/pdf/aw15.pdf

อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. (2550). *คริสโตเฟอร์ ไรท์ บูมภาษาอังกฤษแบบเด็กแนว*. วันที่ค้นข้อมูล 25 พฤศจิกายน 2554, เข้าถึงได้จาก http://www.positioningmag.com/ magazine/details.aspx?id=60872

อริชัย อรรคอุดม. (2552). *การพัฒนาแนวคิดและมาตรวัดต้นแบบตราสินค้า เพื่อประยุกต์ใช้เชิงการสื่อสารการตลาด*. วิทยนิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรณิชชา เสาเวียง.(2552). *กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ใหม่เสื้อผ้าเด็ก "Cadeau"*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

อาภา อนันตกูล. (2542). *การใช้สื่อมวลชนสร้างชื่อเสียงของนักการเมือง*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.

Alvarez del Blanco, R. (2010). *Key Elements in Personal Brand Reputation, Personal Brands Manage your Life with Talent and Turn it Into a Unique Experience* . New York: Palgrave Macmillan.

Arruda, W. & Dixson, K. (2007). *Brand Yourself for Career Success. Career Distinction*. (p.24). New Jersey: Wiley.

Bhalotia, N. (2002). *Personal Branding Me Inc.* India: New Delhi.

Career, C. (n.d.). *The Personal Branding Process*. Retrieved September 20, 2010, from http://www.associationdatabase.com/aws/NCDA/pt/sd/news_article/ 27987/_PARENT/ layout_details_cc/false

Deckers, E., & Lacy, K. (2011). *What Is Personal Branding?. Branding Yourself*. New York: Cindy Teeters.

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

Duncan, T. (2005 a). *What "Brand " Means, Principles of Advertising & IMC*. New York: McGraw-Hill.

_____. (2005 b). *How Brand are Created and Maintained, Principles of Advertising & IMC* New York: McGraw-Hill.

Fill, C. (2009). *The strategic role of branding, Marketing communications: Engagements, strategies and Practice, Marketing Communications: Interactivity, Communities and Content* (pp. 366-377). New York: Prentice Hall.

Kaputa, C. (2006). *U R A BRAND*. New York: Davies-Black.

Keller, K. (2008 a). *Building Strong Brand: Building, Measuring, and Managing Brand Equity.* New Jersey: Prentice Hall.

_____. (2008 b). *Brand Elements, Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* . New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. & Pfroertsch, W. (2006). *Brand Elements, B2B Brand Management.* New York: Springer.

MillWard, B. (2010). *BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands*. Retrieved October 22, 2010, from http://tech.mthai.com/mobile-tablet/6390.html

Montoya, P. & Vandehey, T. (2009). *The brand called you Create a Personal Brand That Wins Attention and Grows Your Business*. New York: McGraw-Hill.

Pelsmacker, P.D., Geuens, M., & Bergh, J. V. (2010). *Brands, Marketing Communications: A European Perspective.* New York: Financial Times Management.

Pickton, D. & Broderick, A. (2005). *Brand Definition, Integrated Marketing Communications.* New York: Ashford Colour Press.

Wheeler, A. (2009). *What is branding?,Designing Brand Identity*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Wilson, J. S., & Blumenthal, I. (2008). *Managing Brand YOU: Seven Steps to Creating Your Most Successful Self.* New York: AMACOM.

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University