

## บรรณานุกรม

กมลทิพย์ ศรีชะฎา. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และความคิดเห็นของประชาชน ในเขต กรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเซฟรอนประเทศไทย ตำรวจและผลิต จำกัด กรณีศึกษาโครงการพระดาบส. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

กุสุมา จารุมาศ. ทักษะของผู้บริหารสถานประกอบการธุรกิจส่งออกที่มีต่อแนวคิดมาตรฐาน ความรับผิดชอบต่อสังคม (SA 8000) ศึกษาเฉพาะกรณี : เขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

แก้วตา จินดาวัฒน์. ความคิดเห็นในการเปิดให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548.

เขมิกา ทับทิมใส. การศึกษาการให้ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีความ รับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ได้รางวัล บริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2551. รป.ม. (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน) นครปฐม : มหาวิทยาลัย. ศิลปากร, 2551.

จุฬาลักษณ์ ตั้งรัตคณะ. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความ สัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ห้างสรรพสินค้า และความรับผิดชอบต่อสังคม ในเขต กรุงเทพมหานคร, สารนิพนธ์ รป.ม. (การจัดการภาครัฐและเอกชน) นครปฐม : บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. 2551. 2550.

จณิณ เขียมสะอาด. รูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจไทย. วิทยานิพนธ์ รป.ม (การสื่อสารภาครัฐและเอกชน) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

จอห์น คริสตี. โครงการ 365 วันทำดี เพื่อชุมชน. (ออนไลน์) แหล่งที่มา

[http://www.thanonline.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=182362 &catid=176&Itemid=524#.UuDCa9JGyc9](http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=182362&catid=176&Itemid=524#.UuDCa9JGyc9) 23 มกราคม. 2557.

จารุวรรณ เทพธานี. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของ แอมเวย์. วิทยานิพนธ์ปริญญา บธ.ม. (การสื่อสารมวลชน) กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

- จินตนา บุญบังการ. การใช้พาณิชย์อินเทอร์เน็ตในธุรกิจการขนส่งสินค้าของไทย. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (สื่อสารมวลชน) กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537
- นัตราพร เสมอใจ. การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2545.
- ชาคริต ดิเรกวัฒน์ชัย. เทสโก้โลตัส" มุ่งเติมเต็มโอกาสดีแก่เยาวชนทั่วไทยเพิ่มกว่า 36,000 คน ปี 2557. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : [http://www.acnews.net/detailnews.php?news\\_id=N255704225](http://www.acnews.net/detailnews.php?news_id=N255704225). 23 มกราคม 2557.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. การตลาดบริการ. บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด : กรุงเทพมหานคร, 2549.
- โชติรัตน์ ศรีสุข. กลยุทธ์การสื่อสารและการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด มหาชน. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การประกอบการ) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2554.
- ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. หลักการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ : บายฮาร์ทมีเดีย, 2548.
- ตรีบุษ คงคาสุริยา. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลยี่ฮี่. สารนิพนธ์ บธ.ม. (นิเทศศาสตร์การตลาด) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2538.
- เทสโก้โลตัส. โครงการ “สุขภาพดี ชีวิตดี กับเทสโก้ โลตัส” ปีที่ 6. (ออนไลน์). แหล่งที่มา [www.prd.go.th/ewt\\_di\\_link.php?nid=23007](http://www.prd.go.th/ewt_di_link.php?nid=23007). 23 กุมภาพันธ์ 2557.
- เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. พฤติกรรมองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2540.
- ทัศนีย์ เหลืองตระกูล. การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ ที่ได้รับรางวัลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2552.
- ธัญญา เชมชญา. “วิวัฒนาการและแนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณา.” ใน การบริหารงานโฆษณา. เล่ม 1. หน้า 1 – 50. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2535.
- ธงชัย สันติวงษ์. การบริหารงานบุคคล. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2539.
- \_\_\_\_\_ . หลักการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2543.

รัฐมนตรีสัญญาญ์ พาณิกภัค. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม.

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551.

นิสาชล รัตนสาชล. เอกลักษณะขององค์การในฐานะกลยุทธ์การสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์. โครงการ

พิเศษ บธ.ม. (การโฆษณา) ภาควิชาการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2541.

บุญชม ศรีสะอาด. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2541

\_\_\_\_\_. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2545.

\_\_\_\_\_. รายงานวิจัยเรื่องรูปแบบการควบคุมวิทยานิพนธ์. มหาสารคาม : อภิชาติการพิมพ์,

2533.

บัณฑิตา ทรัพย์กมล. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงาน

อุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ส.ม. (การบริหารและนโยบาย

สวัสดิการสังคม). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์, 2554.

ปณิศลา ลัญยานนท์. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร, 2548.

ประสงค์ แสงพ่ายพ. การบริหารธุรกิจโรงแรม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2544.

พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์ (บรรณาธิการ). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์,

พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพริ้ง, 2540.

พิพัฒน์ นนทนารชณ์. การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร : การสร้างข้อได้เปรียบใน

การแข่งขันอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ : ธิงค์ บียอนด์บูคส์, 2553.

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. “กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์” ใน เอกสารการสอนชุดวิชา

หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,

2535.

พัชรี นิวัฒน์เจริญชัยกุล. การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท เทเลคอม

เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ. วิทยานิพนธ์ ปร.ม

(รัฐประศาสนศาสตร์) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

ภัชชিকা เกิดโมลี. การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของ

บริษัทไทยเพอร์ซิเดนท์ฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน) สารนิพนธ์ ปร.ม. (การจัดการภาครัฐและ

เอกชน) นครปฐม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. 2551.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการตลาด. กรุงเทพฯ :

โรงพิมพ์ชวนพิมพ์, 2544.

- มนตรี เลิศสกุลเจริญ. แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ  
ภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ ส.ม. (การบริหารและนโยบาย  
สวัสดิการสังคม). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ. การบริหารสำนักงาน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2551.
- รุ่งทิwa แซ่ตั้ง. กลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของตราสินค้าบริส. วิทยานิพนธ์  
บธ.ม. (การโฆษณา) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2550.
- วรทัย ราวินิช. ประสิทธิภาพของการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างภาพลักษณ์  
ของบริษัท เครือโภคภัณฑ์ จำกัด. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ :  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- วภาวิสา เตียงพานิช. กลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อ สังคมของเครือซิเมนต์ไทย.  
กรุงเทพฯ : พิมพ์บรรณกิจ. 2551.
- วศินี นพคุณ. กลยุทธ์การสื่อสารเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีส่วนร่วมของชุมชน  
ด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การประชาสัมพันธ์).  
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2551.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์, พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง  
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2540.
- \_\_\_\_\_ "ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์," ในการ  
บริหารงานโฆษณา. เล่ม 1. หน้า 53 – 67. พิมพ์ครั้งที่ 10. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัย  
ธรรมาธิราช, 2537.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. การตลาดธุรกิจบริการ. บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด : กรุงเทพฯ, 2547.
- วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี  
(ไทย-ญี่ปุ่น), 2545.
- วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. คุณภาพในการบริการ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประชาชน, 2539.
- วันทนา จิรชนา. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด.  
วิทยานิพนธ์ บธ.ม (การสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย จังหวัดมหาสารคาม. ประชากรจังหวัดมหาสารคาม. สืบค้นเมื่อ  
23 กุมภาพันธ์ 2557. จาก : <http://mahasarakham.kapook.com/>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์บรรณกิจ, 2541.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ถักมิตานนท์, ศุภกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. กลยุทธ์การตลาด : การบริหารการตลาด และกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธีระฟิล์ม และ ไชเท็กซ์, 2541.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด, 2547.
- ศรายุทธ ศิริไปต์. การรับรู้การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของเบียร์สิงห์ไลท์ เปรียบเทียบกับเบียร์ช้างไลท์. วิทยานิพนธ์ บช.ม. (บริหารสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.
- สุนิรัตน์ จิรเกรียงไกร. การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในร้านขายยาในกรุงเทพมหานคร1. สารนิพนธ์ บช.ม. (บริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 2551.
- สายทิพย์ ไตรรัตน์. หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นทางสังคมเพื่อการดำเนินกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ บช.ม. (การจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2551.
- สุเมธ กาญจนพันธุ์. กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ. ปริญญานิพนธ์ บช.ม. (การประชาสัมพันธ์). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. รูปแบบของ ซีเอส ออาร์. เข้าถึงเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2557 เข้าถึงได้จาก <http://thaicsr.blogspot.com/2554>.
- สวนิต ขมาภัย. การสื่อสารของมนุษย์. กรุงเทพฯ : ภาควิชา คณานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- สุวิมล แม้นจรงค์. การจัดการทางตลาด. กรุงเทพฯ : เอช.เอ็น.กรุ๊ป, 2546..
- เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : บริษัท A.N. การพิมพ์, 2540.
- \_\_\_\_\_. การประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ในยุค Integration Marketing, พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท พินเนส พรินติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด, 2538.
- สุดาตวง เรืองรุจิระ. หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพรึก, 2540.
- สุภาพร ชตานนท์. การตลาดเชิงบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้าน เซเว่นอีเลฟเว่น (7-Eleven) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บช.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2550.
- สมิต สัชฌกร. การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ สายธาร, 2543.

- เสรี วงษ์มณฑา. “การวิจัยและประเมินผลทางการโฆษณา,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการ  
บริหารงานโฆษณา, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2547.
- สมยศ นาวิกาน. การบริหารแบบมีส่วนร่วม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.
- สถาบันไทยพัฒนา. 6 ทิศทาง CSR ปี 2550 : จาก บรรษัทภิบาล (Corporate Governance)  
สู่บรรษัทภิบาล (Corporate Social Responsibility). กรุงเทพฯ : สถาบันไทยพัฒนา,  
2550.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์  
และการบัญชี, 2542.
- อเนก นาวิกมูล. โฆษณาไทย. กรุงเทพมหานคร : โнора, 2543.
- อรวรรณ เจริญจิตรกรรม. การสื่อสารการตลาด (IMC) การรับรู้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์  
และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ใน  
เขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญา บช.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย  
ศรีนครินทรวิโรฒ, 2549.
- อรวรรณ เจริญจิตรกรรม. การสื่อสารการตลาด (IMC) การรับรู้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ  
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ใน  
กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บช.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยทริวิโรฒ,  
2549.
- อนันตชัย ยुरประดม. (2550). CSR จากแนวคิดสู่วิธีปฏิบัติ. ออนไลน์ : เข้าถึงจาก  
<https://docs.google.com/>.
- Assael, H. *Consumer behavior and marketing action*. Ohio : SouthWestern, 1998.
- Belch, George E. and Belch, Michael A. *Advertising and Promotion : An Integrated  
Marketing Communications Perspective*. 4th edition. Massachusetts : McGraw-Hill  
Co.Inc., 1998.
- Britt, S.H. Advertising. In *The Encyclopedia Americana International edition*.  
(Vol.1, pp.195 – 206). Danbury, CT : Grolier, 1995.
- Bernays, Edward L., *Public Relations*. Norman : University of Oklahoma Press, 1955.
- Bly, Robert W., *Target Public Relations*. New York : Henry Holt and Company, 1993.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. *Advertising and promotion : An integrated marketing  
Communications Perspective*. (4th ed.). Irwin: McGraw-Hill, 1998.
- Boone, L. E., and Kurtz, D. L. *Contemporary Business*. (10th ed.). Fort Worth: Harcourt, 2002.

- Boulding, Kenneth E. **The Image : Knowledge in Life and Society**. Michigan : The University of Michigan, 1975.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. **Introduction to Advertising and Promotion : An Integrated**
- Cutlip, Scott M. and Center, Allen H. **Effective Public Relations**. 5th edition. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1978.
- Cutlip, Scott M., and Center, Allen H. **Effective Public Relations**. 5<sup>th</sup> ed. Englewood Cliff, N. J. : Prentice – Hall, 1978.
- Etzel, M. J., Walker, B. J., and Stanton, W. J. **Marketing**. (12th ed.). Boston : McGraw-Hill, 2001.
- Good, Carter V. **Dictionary of Education**. New York : Mc Graw Hill Book, Co, Inc, 1973.
- Griffin, Ricky W. **Management**. 5<sup>th</sup> Ed. Boston: Houghton Mifflin, 1996.
- Jefkins, Frank. **Planned Press and Public Relations**, 3rd ed. Great Britain: Alden Press, 1993.
- Kotler, Philip. **Marketing Management**, 10th edition. New Jersey : Prentice-Hall Inc., 2000.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. **Principles of Marketing**, 8th edition. New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 1999.
- Kitchen, P.J. **Marketing Communications : Principles and Practice**. London : International Thomson Business Press, 1999.
- Lamb, Hair & McDaniel. **Principles of Marketing**. New Jersey : Cengage South-Western, 1992.
- Morley, Michael. **How to Manage Your Global Reputation : A Guide to the Dynamics of International Public Relations**. Hampshire and London : Macmillan Press Ltd., 1998.
- Mundy R. Wayne and Robert M. Noe. **Human Resources Management**. 5<sup>th</sup> ed. Boston : Allyn and Bacon, 1993.
- O' Guinn, T.C, Allen, C.T. and Semenik, R.J. **Advertising**. Cincinnati, OH : South-Western College, 1998.
- O' Toole, J.E. Advertising. In **Compton's Encyclopedia & Fact – Index**. (Vol.1, pp. 54 – 60). Chicago : Compton's Learning, 1994.
- Plunket, Richard W., **Supervision : The Direction of People at work**. Boston : Allyn and Bacon, 1992.
- Rogers, C.R. **Freedom to learn**. Columbus : Charles E. Merrill Publishing Co, 1969.

- Russell, J.T. and Lane, W.R. **Kleppner's Advertising Procedure**. 12th rev. ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice – Hall, 1993.
- Shimp, Terence A. **Advertising, Promotion, and Supplemental aspects of Integrated Marketing Communications**. 4th ed., The Dryden Press., 1997.
- Schamann, D.W., Dyer, B., and Petkus, E. **The Vulnerability of Integrated Marketing Communications : The Potential for Boomerang Effects**. In E. Thorson and J. Moore (Eds.), *Integrated Communications : Synergy of Persuasive Voices*, pp. 51-64. Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum, 1996.
- Wilcox, Dennis L. and others. **Public Relations : Strategies and Tactics**, 6th edition. New York : Addison-Wesley Educational Publishers Inc., 2000.
- Wilbur, Schramm. **Channels and Audience : Handbook of Communication**. Chicago : Rand McNally College Publishing Company, 1973.
- William Wells, John Burnett and Sandra Moriarty. **Advertising : Principles and Practice – Second edition**. New Jersey : Prentice – Hall – Inc , 1992.
- Yeshin, Tony. **Integrated Marketing Communications : the Holistic Approach**. Oxford : Butterworth- Heinemann, 1998.
- Yamane, Taro. **Statistics: An Introductory Analysis**. Third edition. New York : Harper and Row Publication, 1973.
- Zinkhan, G.M., and Watson, R.T. 1996. "Advertising Trends : Innovation and the Process of Creative Destruction." *Journal of Business Research* 37,3 : 163-171.