

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
2.1 การทำงานของฝ่ายสร้างสรรค์.....	8
2.2 องค์ประกอบของตราสินค้า.....	11
2.3 วงจรความคิด.....	28
2.4 เปรียบเทียบการคิดแบบทิศทางเดียวและการคิดแบบหลายทาง.....	32
2.5 การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์จากแผนที่ความคิด.....	33
2.6 การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์จากประสาทสัมผัสทั้งห้า.....	34
2.7 โครงสร้างบริษัทโฆษณาแบบดั้งเดิม.....	52
4.1 กระบวนการคิดสร้างสรรค์งานโฆษณา.....	79
4.2 โครงสร้างการคิดเชื่อมโยงแบบแพร่กระจาย.....	88
5.1 การคิดเชื่อมโยงแบบลูกโซ่.....	106
5.2 สรุปลักษณะการคิดเชื่อมโยงแบบแพร่กระจาย.....	107
5.3 สรุปลักษณะการคิดสร้างสรรค์งานโฆษณา.....	123
5.4 การทำงานของสมองกับการคิดสร้างสรรค์.....	125