

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. การคิดเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ชัคเซส มีเดีย จำกัด,
2537.

คลชัย บุญยะรัตเวช. Brand Voice. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ทิปป์ปิ้ง พอยต์ จำกัด,
2545.

นิวัต วิงส์พรหมปริดา. โฆษณาอย่างไรชนะใจผู้ซื้อ. กรุงเทพมหานคร : ที.พี. พรินท์,
2542.

พัชณี เขยจรธยา เมตตาวิวัฒนากุล และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์.
กรุงเทพมหานคร : บริษัท เฮลโล่การพิมพ์ (1988) จำกัด, 2541.

มนต์ทิวา ชัยพัฒนานันท์. กำเนิดความคิด. กรุงเทพมหานคร : บริษัท Masterpiece จำกัด,
2538.

เสรี วงษ์มณฑา. กว่าจะเห็นเป็นโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : มณีพฤษณ์,
2529.

เสรี วงษ์มณฑา. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์,
2540.

บทความ

ดนัย เทียนพุฒ. “คนเราคิดได้อย่างไร.” วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ (มีนาคม 2542):
37-43.

นิตยสาร

จิตติขวัญ เหลี่ยมศิริวัฒนา. “Between The Jury.” มาร์เก็ตเทียร์ (กรกฎาคม 2546):
109-113.

งานวิจัยและวิทยานิพนธ์

กิตติมา สุรสนธิ. แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล. โครงการวิจัยเสริมหลักสูตร
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.

ธีรชัย ศิริสัมพันธ์. รูปแบบและเนื้อหาทางสร้างสรรค์โฆษณาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

- ณัฐพงษ์ หรรักษ์ภาพัททษ์. การวิเคราะห์การใช้ภาพอุปมาอุปไมยในสื่อสิ่งพิมพ์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ราชชาติ วิจิตรประไพ. ภาพยนตร์โฆษณาที่ได้รับรางวัลความคิดสร้างสรรค์กับยอดจำหน่ายสินค้า.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- รุ่งรัตน์ ต. ศรีวงษ์. การศึกษากลวิธีการสร้างสรรค์งานโฆษณาของญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- สุชาดา วิวัฒน์วิธา. รูปแบบการใช้อารมณ์ขันในงานโฆษณา. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

เอกสารอัดสำเนา

สุทธิศักดิ์ สุจริตตานนท์. "BBDO Thailand World Class Tour 1998."

สัมภาษณ์

- อนุชา บุญคง ตำแหน่งผู้อำนวยการสร้างสรรค์ บริษัท บีบีดีโอ กรุงเทพ จำกัด, สัมภาษณ์ 21
กรกฎาคม 2546.
- อเล็กซ์ บิวเคิล ตำแหน่ง ผู้อำนวยการบริหารฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัท เบตส์แอดเวอร์ไทซิง จำกัด,
สัมภาษณ์ 29 กรกฎาคม 2546.
- อารฟาน ทะฮิวาเงาะ ตำแหน่ง ผู้เขียนคำโฆษณา บริษัท บีบีดีโอ กรุงเทพ จำกัด , สัมภาษณ์ 31
กรกฎาคม 2546.
- บุษกร ไกร สุขวุฒิชัย ตำแหน่งหัวหน้ากลุ่มสร้างสรรค์ บริษัท เคนท์ซู ยังก์ แอนด์ รูปีแคม จำกัด ,
สัมภาษณ์ 1 สิงหาคม 2546.
- สาลินี หาญวารีวงศ์ศิลป์ ตำแหน่งผู้อำนวยการสร้างสรรค์-รองประธาน บริษัท เจ.วอลเตอร์ ฆอมสัน จำกัด,
สัมภาษณ์ 6 สิงหาคม 2546.
- ธีรศักดิ์ ชนพัฒนากุล ตำแหน่งผู้อำนวยการสร้างสรรค์ บริษัท บีบีดีโอ กรุงเทพ จำกัด ,สัมภาษณ์ 6
สิงหาคม 2546.
- ปิยะ บุญชริก ตำแหน่ง ผู้อำนวยการบริหารฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัท เคนท์ซู ยังก์ แอนด์ รูปีแคม จำกัด
,สัมภาษณ์ 8 สิงหาคม 2546.
- วิจิต ธีรตั้งเสถียร ตำแหน่งผู้อำนวยการสร้างสรรค์ บริษัท ทวีไท แอดเวอร์ไทซิง จำกัด, สัมภาษณ์
14 สิงหาคม 2546.
- อรรถพร ชันไพบุลย์ ตำแหน่งผู้อำนวยการสร้างสรรค์ บริษัท ทีบีดับบลิวเอ จำกัด ,สัมภาษณ์ 18
สิงหาคม 2546.
- ชาญ รุ่งเรืองเศรษฐวัฒนา ตำแหน่งรองผู้อำนวยการสร้างสรรค์ บริษัท ริชัลท์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด ,

สัมภาษณ์ 1 กันยายน 2546.

พรหมพล ลิ้มปิติวิสันต์ ตำแหน่งผู้อำนวยการสร้างสรรค์ บริษัท แฟลคซิม จำกัด, สัมภาษณ์ 2 กันยายน 2546.

พรเทพ ปิยะรัตน์ ตำแหน่งผู้อำนวยการสร้างสรรค์ บริษัท เกรย์ เวิร์ล ไลฟ์ จำกัด, สัมภาษณ์ 12 กันยายน 2546.

ภาษาอังกฤษ

Books

Aitchison, Jim. Cutting Edge Commercials How to Create the World's Best Print for Brands in 21th Century. Singapore : Prentice Hall, 1999.

Aitchison, Jim. Cutting Edge Commercials How to Create the World's Best TV Ads for Brands in 21th Century. Singapore : Prentice Hall, 2001.

Batra, Rajeev, Myer, John G and Aaker, David A. Advertising Management 5th Edition. New Jersey : Prentice Hall, 1996.

Belch, George E. and Belch, Michael A. Advertising and Promotion :An Integrated Marketing Communication Perspective. Singapore : McGraw-Hill Publishing Co.Ltd., 1998.

Butterfield, Leslie. Excellence in Advertising. MA: Butterworth-Heinemann , 1999.

de Bono, Edward. Lateral Thinking a Textbook of Creativity. Spain: Ward Lock Education Limited, 1970.

de Bono, Edward. Parallel Thinking From Socratic Thinking to de Bono Thinking. London: Penguin Books, 1995.

de Bono, Edward. Six Thinking Hats. Back Bay Books, 1999.

Jewler, Jerome A. and Drewniany, Bonnie L. Creative Strategy in Advertising 7th Edition. California : Wadsworth Thomson Learning, 2001.

Jones, John Philip. The Advertising Business Operation Creativity Media Planning Integrated Communication . USA : Sage Publications, Inc., 1999.

Jones, John Philip. How to Use Advertising to Build Strong Brand . USA : Sage Publications, Inc., 2001.

Khandwalla, Pradip N. Corporate Creativity The Winning Edge . New Delhi : McGraw-Hill Publishing Co.,ltd., 2001.

Marra, James L. Advertising Creativity Techniques for Generating Ideas. New Jersey : Prentice – Hall, Inc., 1990.

- Moriarty, Sandra E. Creative Advertising Theory and Practice. New Jersey : Prentice – Hall, Inc., 1991.
- Ogilvy, David. Ogilvy on Advertising. New York: Vintage Book, 1983.
- Pricken, Mario. Creative Advertising Ideas and Techniques from the World's Best Campaign. New York: Thames&Hudson, 2002.
- Strenberg, Robert J. The Nature of Creativity . Cambridge : Cambridge University Press, 1988.
- Shultz, Don E., Tannenbaum, Stanley I. and Allison, Ann. Essential of Advertising Strategy 3th Edition. Illinios : NTC Business Book, 1995.
- Shultz, Don E., Martin, Dennis and Brown, William P. Strategic Advertising Campaign 2th Edition. Illinios : NTC Business Book, 1984.
- Trill, John V., Dovel, Goerge P. and Wood Marian B. Advertising Excellence. USA : McGraw-Hill, Inc. 1995.
- Vanden Bergh, Bruce G and Katz, Helen. Advertising Principal. Illinios : NTC Publishing Group, 1999.
- Wells, Burnett, Burnett, John and Moriarty, Sandra. Advertising Principal and Practice 5th Edition. New Jersey : Prentice-Hall International, 2000.
- White, Roserick. Advertising 4th Edition. Cambridge : McGraw-Hill Publishing Company, 2000.
- Young, James Webb. A Technique for Producing Ideas. Chicago, Illinois : Crain Communication, 1997.

Articles

- Anantachart, Satavudh. “Observations: So! What does Brand Equity Mean?” วารสารนิเทศศาสตร์(กรกฎาคม-กันยายน 2542) : 91-103.
- Ewing, Michael T., Pinto, Tanya M. and Soutar, Geoffrey N. “Agency-Client Chemistry:demographic and phychographic influences” International Journal of Advertising, 20 (2001) :169-187.
- Kover, Arthur J, James, William L. and Sonner, Brenda S. “To Whom Advertising Creative Write? An Inferential Answer” Journal of Advertising Research , (January-February , 1997) :41-53.
- Priscilla, LaBarbera A., Weingard, Peter and Yorkston, Eric A. “Matching thr Message to the Mind: Advertising Imagery and Consumer Processing Style” Journal of Advertising Research, (September-October, 1998) :29-43.

- Morgan, Susan E. and Reichert, Tom "The Message is in the Metaphor: Assessing the Comprehension of Metaphor in Advertising" *The Journal of Advertising*, XXVIII No.4, (Winter, 1999) :1-12.
- Stone, Gerald, Besser, Donna and Lewis, Loran E. "Recall, Liking, and Creativity in TV Commercials: A New Approach" *Journal of Advertising Research* (May-June, 2000) : 7-18.
- West, Douglas C. " Cross-National Creative Personalities, Processes and Agency Philosophies" *Journal of Advertising Research* (September-October, 2000): 53-62.
- West, Douglas C. "360 of Creative Risk" *Journal of Advertising Research* (January-February, 1999): 39-50.

Website

- <http://members.ozemail.com.au/caveman/creative/techniques/brainstrom.htm>.
- <http://members.ozemail.com.au/caveman/creative/techniques/sixhats.htm>.
- <http://members.ozemail.com.au/caveman/creative/techniques/syntatics.htm>.
- <http://www.mind-map.com>.

Other Materials

- "Creative Thinking Tools" Paper for BBDO Asia/Pacific Training, 5 December 1998.