

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1 บทนำ

ที่มาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
ขอบเขตของการศึกษา	3
วิธีการศึกษา	3
สถานที่ศึกษาและระยะเวลาในการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4

บทที่ 2

ความแตกต่างระหว่างการวางแผนงานสื่อสารการตลาดและแผนสื่อสารการตลาด	5
หลักการวางแผนงานสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	7
แนวคิดของการวางแผนงานสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	8
กระบวนการในการวางแผนงานสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	12
บทบาทและความสำคัญของการประเมินผลโปรแกรมการสื่อสารการตลาด	23
วิธีการกำหนดงบประมาณในการวางแผนงานสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	25
วิธีการเขียนแผนงานสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	27

บทที่ 3

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถานการณ์	33
การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและความสัมพันธ์	70
การกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารการตลาด	72
การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารและเหตุผลในการใช้กลยุทธ์	73
การกำหนดงบประมาณ	101
การกำหนดระยะเวลาของแผนงาน	102
การนำแผนไปปฏิบัติใช้	104
การประเมินผลแผนงาน	143

บรรณานุกรม

ภาคผนวก



สำนักหอสมุด