

การประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการตลาด

กรณีศึกษา

บริษัทแหลมทองอุตสาหกรรมอาหาร จำกัด

คำนำ	หน้า	3
กฤตกรรมประกาศ		4
บทที่ 1	บทนำ	
- หลักการและเหตุผล		8
- วัตถุประสงค์ของการศึกษา		9
- วิธีการดำเนินงาน		10
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ		10
บทที่ 2	การประชาสัมพันธ์	
- ความหมายของการประชาสัมพันธ์		11
- ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์		14
- วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์		15
↓ - หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์		18
↓ - คุณลักษณะของงานประชาสัมพันธ์		19
- ขั้นตอนการดำเนินงาน		21
- โครงสร้างของหน่วยงานประชาสัมพันธ์		26

บทที่ 3 การตลาด

- ความหมายของการตลาด 39
- ความสำคัญของการตลาด 41
- แนวความคิดทางการตลาด 44
- หน้าที่หลักทางการตลาด 46
- กระบวนการทางการตลาด 49

บทที่ 4 การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด

- การประชาสัมพันธ์ในงานธุรกิจ 53
- ความหมายของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด 55
- วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด 55
- องค์ประกอบของทฤษฎีการตลาด 58
- ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด 63
- บทบาทของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด 64
- รูปแบบของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด 65

บทที่ 5 บริษัทแหลมทองอุตสาหกรรมอาหาร จำกัด

- ประวัติความเป็นมา 68
- โครงสร้างของบริษัท 69
- ผลิตภัณฑ์ของบริษัท 70
- กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ของบริษัทในอดีต 74
- กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด 76

สรุปและเสนอแนะ 82

ภาคผนวก 85

บรรณานุกรม 102