

สารบัญ

กิตติกรรมประกาศ

บทนำ	ความสำคัญของเรื่องที่ศึกษา	1
บทที่ 2	..ว่าด้วยสื่อโฆษณา	4
	สื่อโฆษณากระจายเสียง	5
	สื่อสิ่งพิมพ์	7
	สื่อโฆษณายานพาหนะและกลางแจ้ง	10
	สื่อโฆษณาวัสดุสิ่งตีพิมพ์และอื่น ๆ	11
	วิธีในการวัดผู้ชมและผู้ฟังของสื่อต่าง ๆ	13
	แนวคิดหลักในการวัดประสิทธิภาพสื่อ	14
	ศัพท์สำคัญเกี่ยวกับการวัดผู้ชม	20
บทที่ 3	หลักในการวางแผนสื่อโฆษณา	22
	องค์ประกอบของแผนสื่อ	22
	การเลือกสื่อโฆษณา	23
	หลักในการกำหนดงบประมาณสื่อโฆษณา	26
	การถ่วงน้ำหนักสื่อ	29
	กลยุทธ์สื่อโฆษณา	36
	การทดสอบและการทดลองแผนสื่อ	38
	การจัดซื้อสื่อโฆษณา	38
บทที่ 4	ฝ่ายสื่อโฆษณา	40
	บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ	40
	แหล่งของข้อมูลสื่อ	43
	ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์และหน้าที่ ของฝ่ายสื่อโฆษณา	44
	การวิจัยขั้นต้นสำหรับกระบวนการวางแผนสื่อ	45
	ปัญหาที่พบในกระบวนการวางแผนสื่อ	48
บทที่ 5	คอมพิวเตอร์กับการวางแผนสื่อ	50
	บรรณานุกรม	
	ภาคผนวก	