

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
กิตติกรรมประกาศ	
บทที่ 1	
บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของเรื่องที่ศึกษา	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
ขอบเขตของการศึกษา	3
วิธีการศึกษาค้นคว้า	3
สถานที่และระยะเวลาในการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2	
ความสำคัญของการจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing)	5
ความหมายของการจัดกิจกรรมพิเศษ	5
ความสำคัญของการจัดกิจกรรมพิเศษ	6
โอกาสและความเป็นไปได้ของการจัดกิจกรรมพิเศษ	7
ลักษณะของการจัดกิจกรรมพิเศษ	8
การแบ่งประเภทของการจัดกิจกรรมพิเศษ	8
การเสริมประสิทธิภาพของการจัดกิจกรรมพิเศษด้วยการโฆษณา	15
การประยุกต์การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด	23
บทที่ 3	
การสื่อสารการตลาดครบวงจรกับการจัดกิจกรรมพิเศษ	24
ความหมายของการสื่อสารการตลาดครบวงจร	24
ที่มาและพัฒนาการของการสื่อสารการตลาดครบวงจร	25
ลักษณะของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร	27
หลักการของการวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร	28
ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดครบวงจรกับผู้บริโภค	28

	หน้า
ความจำเป็นในการใช้การสื่อสารการตลาดครบวงจร	32
เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดครบวงจร	32
บทบาทสำคัญของการจัดกิจกรรมพิเศษในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของ ของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร	38
บทที่ 4 ลักษณะการดำเนินงานในการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์ขององค์กร	41
ความสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์	41
หลักการเลือกสรรภาพลักษณ์เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมทางการตลาด	46
กลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้า บริการ และองค์กร	48
การวางตำแหน่งสินค้าแบบภาพลักษณ์บริษัท	49
กลยุทธ์การวางตำแหน่งสินค้ากับการสร้างภาพลักษณ์	49
กลยุทธ์การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์	50
กระบวนการดำเนินงานในการจัดกิจกรรมพิเศษ	52
บทที่ 5 การจัดกิจกรรมพิเศษของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย	57
แนวทางการดำเนินกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมสังคม	57
สถานการณ์ทางการตลาด	59
บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	60
บทสรุป	60
ข้อเสนอแนะ	61
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	