

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
สารบัญแผนภูมิภาพ	ง
บทที่	
1. บทนำ	
ที่มาของการศึกษา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
ขอบเขตของการศึกษา.....	3
วิธีการศึกษาค้นคว้า.....	3
สถานที่และระยะเวลาที่ศึกษา.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
2. บริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์	
ความหมายของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์.....	5
ความเป็นมาและวิวัฒนาการของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์.....	6
โครงสร้างของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์.....	8
ประเภทของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์.....	12
การประสานงานระหว่างบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์และบริษัทลูกค้า.....	14
การคิดอัตราค่าบริการของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์.....	15
บทบาทและหน้าที่ของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์.....	17
ข้อได้เปรียบของการใช้บริการที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์.....	21
ข้อเสียเปรียบของการใช้บริการที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์.....	23
3. บริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ซีซีไอ)	
ความเป็นมา.....	26
ปรัชญาของบริษัท.....	28

วัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงาน.....	29
โครงสร้างองค์กร.....	30
ลักษณะการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์.....	33
การบริหารงานลูกค้า.....	34
ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	36
ปัญหาและอุปสรรค.....	36
กรณีศึกษา-การสร้างสะพานความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน.....	39
4. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	43
บรรณานุกรม.....	45

สำนักหอสมุด