

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทนำ	
-- ที่มา และความสำคัญของปัญหา	2
-- วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
-- ขอบเขตของการศึกษา	3
-- วิธีการศึกษา	3
-- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 1 การโฆษณาโดยตรง	
1.1 ความหมายของการโฆษณาโดยตรง	6
1.2 ความแตกต่างระหว่างการโฆษณาโดยตรงและการโฆษณาทั่วไป	7
1.3 จุดเด่นที่สร้างความนิยมของการโฆษณาโดยตรง	8
บทที่ 2 สื่อโฆษณาที่ใช้ในการตลาดโดยตรง	
2.1 ความหมายของการตลาดโดยตรง	11
2.2 ประเภทของสื่อโฆษณาสำหรับการตลาดโดยตรง	12
2.3 คุณสมบัติของสื่อโฆษณาสำหรับการตลาดโดยตรง	13
บทที่ 3 สื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์	
3.1 ความหมายของสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์	18
3.2 ประเภทของสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์	18

3.3 คุณสมบัติที่โดดเด่นกว่าสื่อโฆษณาโดยตรงอื่นๆ	21
3.4 วิธีการวางแผนการใช้สื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์	24
3.5 องค์ประกอบของสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์	25
3.6 การวัดผลการตอบรับของสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์	27
3.7 งบประมาณที่นักโฆษณาต้องจัดเตรียมสำหรับบัญชีรายชื่อ	33
บทที่ 4 กรณีศึกษาการวางแผนสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์ของโครงการแยกเศษ	
<u>กระดาษเพื่อชีวิตป่ากับตาวิเศษ (Recycle paper with Magic Eyes)</u>	
-- การวางแผนการใช้สื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์	36
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
-- บทสรุปและข้อเสนอแนะ	43
บรรณานุกรม	47

สำนักหอสมุด