

บรรณานุกรม

- จรวยพร แสงชัยและคณะ. (2540). **มหัศจรรย์แห่งการโฆษณา**. กรุงเทพฯ : ดี แอล เอส.
- ซัซพงษ์ ตั้งมณี และกานดา เดชอาคม. (2546). การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของขนาด รูปแบบ และตำแหน่งของการ โฆษณาบนอินเทอร์เน็ตด้วยแบนเนอร์. **นิเทศศาสตร์, 21(2)**, หน้า 79-90.
- ณัฐา อุ๋ยมานะชัย. (2554). สื่อโฆษณาออนไลน์ แนวทางจากอดีตสู่อนาคต. **นักบริหาร, 31(2)**, หน้า167-172.
- โยธิน อยู่จงดี. (2556). **พฤติกรรมการรับรู้รูปแบบโฆษณาบนเว็บไซต์ยุคของประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร**.วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- รัชดาพร มูลเมือง และจิตศิริ บรรพจุลจินดา. (2544). **ทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากสื่อโฆษณาของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- สุภชัย อัญญโชติ. (2542). **พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อความสนใจแบนเนอร์โฆษณาบนเว็บไซต์**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2531). **การวิจัยสำหรับโฆษณา**.กรุงเทพฯ : บพิชการพิมพ์.
- อรชума กอบเกื้อกุล. (2556). **ศึกษาโฆษณาในรูปแบบอีเมลและแบนเนอร์บนเว็บไซต์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของวัยรุ่น**.วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.