

สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
2.1 รูปแบบจำลองมิติการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตของThomsen.....	6
2.2 รูปแบบจำลองมิติการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตของThomsen.....	6
2.3 รูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	14
2.4 แสดงกระบวนการรับรู้.....	20
2.5 แสดงกระบวนการในการเลือกสรรการรับรู้.....	21