

พฤติกรรมกาารเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการเปิดรับสื่อ
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาที่เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

BEHAVIOR IN INTERGRATED MARKETING COMMUNICATION
EXPOSURE THROUGH MEDIA EXPOSURE AFFECTING
STUDENTS' DECISION TO STUDY IN THE NORTH BANGKOK
UNIVERSITY

บารมี โจนบาง

BARAMEE GONBANG

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

BEHAVIOR IN INTERGRATED MARKETING COMMUNICATION
EXPOSURE THROUGH MEDIA EXPOSURE AFFECTING
STUDENTS' DECISION TO STUDY IN THE NORTH BANGKOK
UNIVERSITY

BARAMEE GONBANG

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF COMMUNICATION ARTS
FACULTY OF COMMUNICATION ARTS
SRIPATUM UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2018
COPYRIGHT OF SRIPATUM UNIVERSITY