

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรและความคาดหวังต่อข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย
คำสำคัญ	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ/การรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กร/ความคาดหวัง
ชื่อนักศึกษา	ณัฐจิรา สิริสุนทรรัชต์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา รินรัตน์กร
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2562

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการรับรู้ภาพลักษณ์และความคาดหวังต่อการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย เนื่องจากปัจจุบันมหาวิทยาลัยในประเทศไทยมีการแข่งขันกันมากขึ้นและสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรจึงมีความสำคัญ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักที่ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ค้นหา / แลกเปลี่ยนข้อมูล ความถี่ในมากกว่า 1 ครั้งต่อวัน โดยพิจารณาหลายด้าน เช่น การรับรู้การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังต่อ และการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน

Thesis Title	Measurement and Analysis of User Behavior in Social Media for Perception of Organizational Image and Social Media Users' Expectation Towards Integrated Digital Marketing Communication of Private Universities in Thailand
Keyword	Integrated Digital Marketing Communication
Student	Natthira Sirisuntornratch
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr.Pariya Rinrattanakorn
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	Graduate School, Sripatum University Chonburi Campus
Year	2019

### **ABSTRACT**

The objective of this research is “Measurement and analysis of user behavior in social media for perception of organizational image and social media users’ expectation towards integrated digital marketing communication of private universities in Thailand” have competitive raise up and social media online entry the duty in daily life the socialization online creating absorb image of mainly sothats the important henceforth tools to collecting the information in research to the next task.

The study indicated that social media mostly have the mainstream purpose use the online socialize search / exchange useful social online more than once time per daily by analyzing several sections for instance recognition of digital integrated marketing communications expectations and recognition of the image of private universities in Thailand.