

บรรณานุกรม

- กมลฉัตร พลวัน. (2546). **การสร้างมาตรฐานการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย**. ปรินซ์นิพนธ์ดุสิตบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์. (2543). ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย. **วารสารนิเทศศาสตร์**, 18 (2) หน้า 1-27.
- นันทิยา มั่งมี. (2551). **กรอบการประเมินผลเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ขององค์กรธุรกิจ**. (ปรินซ์นิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- เบญญาภา จิตวัฒนาคุณ. (2552). **การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์**. (ปรินซ์นิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- ปานมุก บุญญพิทักษ์. (2554). **การออกแบบในการประชาสัมพันธ์การตลาดผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่มเครื่องสำอางตราสินค้าหรู**. (ปรินซ์นิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- ธันยวัช วิเชียรพันธ์. (2557). **สื่อดิจิทัลในศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- พนม คลี่ฉายา. (2542). **ตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย**. (ปรินซ์นิพนธ์ดุสิตบัณฑิต) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์
- _____. (2558). แนวโน้มวิชาชีพ หลักสูตร และคุณสมบัติพึงประสงค์ของบัณฑิตสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์. **วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา**, 8 (2) หน้า 31-54.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2551). คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์และปัจจัยในการเลือกรับเข้าทำงานขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย. **วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา**, 1 (2) หน้า 69-80.
- เยาวลักษณ์ ภูศรีเกษม (2554). **กระบวนการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์**. (ปรินซ์นิพนธ์นศ.ม.)
- รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2553). การประมวลความรู้เรื่องผลกระทบของเทคโนโลยีสื่อใหม่กับการประชาสัมพันธ์จากเว็บไซต์ของ The Institute for Public Relations. **วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา**, 3 (4) หน้า 158-189.
- _____. (2560). (2560). **พลังแห่งการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท 21 เซ็นจูรี่จำกัด.
- ลลิตา พ่วงมหา. (2551). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ของโรงพยาบาลเอกชน. ปรินซ์นิพนธ์ นศ.ม. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรเดช จันทรศร (2554). **ทฤษฎี และการนำนโยบายไปปฏิบัติ**. กรุงเทพมหานคร: พริกหวานกราฟฟิก.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สมิทธิ์ บุญชุติมา. (2553). **ความพึงพอใจของผู้สมัครที่มีต่อเว็บไซต์ของหลักสูตรนานาชาติที่เปิดสอนใน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**. รายงานการวิจัย กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). **ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์. (2563). **เอกสารโครงการฝึกอบรมกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: กรมประชาสัมพันธ์
- สุนิสา ประวิชัย (2560). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์. **วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม**, 7 (2) หน้า 1-13.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). **ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- อภิรัช พุกสวัสดิ์. (2561). **รายการวิจัยการสำรวจสถานภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่านการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์ขององค์กรธุรกิจเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. สมุทรปราการ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- Alexander, D. (2004). Changing The PR Curriculum: A New Challenge for Education. Prism 2 (1) Retrieved from Available at: <http://praxis.massey.ac.nz>.
- Bashford, S. (2006). Juggling Roles. **PR Week**. Retrieved from www.prweek.com/uk/features567711/
- Bertelsen, D.A. & Goodboy, A.K. (2009). Curriculum Planning: Trends Communication Studies, Workplace Competencies and Current Programs at 4-year Colleges and Universities. **Communication Education**, 58 (2), 262-275.
- BRANDfog. (2013). 2013 CEO, **Social Media and Leadership Survey**. Retrieved from <http://www.brandfog.com/CEOSocialMediaSurvey/BRANDfog2013CEOSurvey.pdf>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Breakenridge, D. (2000). **Public Relations 1.0**. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Broom, Glen M. (1982). A comparison of Sex Roles in PR. **Public Relations Review**, 8 (3), 17-22.
- Brown, R. (2009). **Public Relations and the Social Web. How to Use Social Media and Web 2.0 in Communications**. Philadelphia: Kogan page.
- Brown, B.D. (2012). **Strategic Public Relations. An Audience-Focus-Approach**. Boston, MA: Wadsworth.
- Castells M. (2011). **Communication Power**. Oxford: Oxford University Press.
- Centre for Economics and Business Research Ltd. (CEBR) (2005). PR today: 48,000 Professionals; 36.5 million turnover. The economic significance of public Relations, Retrieved from [http://www.cipr.co.uk/sites/default/files/CIPR/20 full/20 report/20/November/204% Pdf](http://www.cipr.co.uk/sites/default/files/CIPR/20%20full/20%20report/20/November/204%20.pdf).
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Coman, C and Paul, M. (2010). The Image of the Public Relations and New Technologies. **Jurnalism si Comunicare**, 5 (4) 45 - 53.
- Cornelissen, J. (2008). **Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice**. Los Angeles: Sage.
- Cutlip et al. (2000). **Effective Public Relations**. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- DiStaso, MW. ; McCorkindale. (2012). Social Media: Uses and opportunities. **PR Global Media Journal**, 5 (2) 75 - 82.
- Dozier, D. and Gottlesman, M. (1982). **Subjective Dimension of Organizational Roles Among Public Relations Practitioners**. Paper Presented at the Meeting of The Public Relations Division, Association for Education in Journalism, Athens, DH.
- Fitch, K. (2009). Making Friends in the Wild West: Singaporean Public Relations Practitioners' Perceptions of Working in Social Media, **Prism**, 6 (2) 1-10. Retrieved from http://praxis.massey.ac.nz/prism_on-line_journal.html/
- Fawkes, J. (2012). What is Public Relations. **The Public Relations Handbook**. London: Routledge.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Flew, T. (2008). **New Media: An Introduction**. South Melbourne: Oxford University Press.
- Gillin, P. (2008). New Media, New Influencers and Implications for the Public Relations Profession. **Journal of Communication Research**, 2 (2) 1-10.
- Gorkana. (2011). **PR census reveals a confident industry but don't ignore the threats**. **PR Week/PRCA**. Retrieved from <http://www.gorkana.com/measurement-matters/measurement-matters/pr-measurement-media-evaluation/pr-census-reveals-a-confident-industry-but-dont-ignore-the-threats/>
- Gray, M. (2006). Webcasts deliver the results. **PR Week**. 25 (7).
- Guth, D.W. (1995). Organizational Crisis Experience and Public Relations Roles. **Public Relations Review**, 21 (2), 123-136.
- Grunig, J.E. (2009). Paradigms of Global Public Relations in An Age of Digitalization; **Prism**, 6 (2) Retrieved from http://praxis.massey.ac.nz/prism_on-line_journal.htm.
- Hinton, S., & Hjorth, L. (2013). **Understanding Social Media**. Los Angeles: Sage.
- Holtz, S. (2002). **Public relations on the Net**. New York: AMACOM.
- Ipsos for Microsoft. (2013). **Microsoft Survey on Enterprise Social Use and Perceptions**. Retrieved from <http://www.microsoft.com/en-us/news/Press/2013/May13/05-SocialToolsPR.aspx>
- Jupp, V. (2006). **The Sage Dictionary of Social Research Methods**. London: Sage Publication.
- Kirat, M. (2007). Promoting Online Media Relations: Public Relations Department' Use Of Internet in the UAE. **Public Relations Review**, 33 (2), 166-174.
- Knapp, M. and Daly, J. (2005). **Handbook of Interpersonal Communication**. Los Angeles: Sage.
- Lattimore, D. and et al. (2007). **Public Relations. The Profession and the Practice**. New York: McGraw-Hill.
- Logan, K.R. (2010). **Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan**. New York: Peter Lang.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Morre, S. (2000). **Media and Everyday Life in Modern Society**. Edinburgh: Oxford University Press.
- Newsom, Turk & Kruckeberg. (2010). **This is PR: The Realities of PR**. Canada: Thomson and Wadsworth.
- Pallant, J. (2001). **SPSS Survival Manual A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS For Windows Version 10**. Buckingham Open University Press.
- Pavlik, J. (2007). **Mapping the Consequences of Technology on Public Relations**. Florida: The Institute of Public Relations.
- Philips, D. and Young, P. (2010). **Online Public Relations**. London: Kogan Page.
- Sheldrake, (2012). **The Social Handbook for PR Professionals: PR and Web 3.0**. Padstow, Cornwall: TJ International.
- Scott, C.M.; Allen, H. Center; Glen, M Broom. (2000). **Effective Public Relations**. Prentice Hall International, Inc.
- Scott, D.M. (2013). **The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, & Viral Marketing to Reach Buyers Directly**. Canada: John Wiley and Sons Inc.
- Solis, B. and Breakenridge, D. (2012). **Putting the Public Relations Back in Public Relations: How Social Media is Reinventing the Aging Businesses of PR**. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Tench, R. and Yeoman, L. (2006). **Exploring Public Relations**. Harlow: Prince Hall.
- Theaker, S. (2008). **The Public Relations Handbook**. London: Routledge.
- Theaker, A. and Yaxley, H. (2013). **The Public Relations Strategic Toolkit**. London: Routledge.
- Taylor, M. and Kent, Michal L. (2010). Anticipating Socialization in the Use of Social Media in Public Relations: A Content Analysis of PRSA's Public Relations Tactics. **Public Relations Review**. 36(3), 207 - 214.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Tench, R. and Yeoman, L. (2006). **'What Next? Future Issues for Public Relations'** in Tench and Yeoman. Exploring Public Relations. London: FT/Prentice Hall.
- Tench, R. and Yeoman, L. (2010). **'What Next ? Future Issues for Public Relations'** in Tench and Yeoman. Exploring Public Relations. London: FT/Prentice Hall.
- Ulla, B. (1998). **An international Communication Perspective on Professional Internet Usage: A Survey of PR practitioners' Usage of Internet in Australia. Belgium, France, Germany the Netherlands, Sweden and the United Kingdom with Comparisons to the USA.** Unpublished Master Thesis, University of South Alabama.
- Wiersma, W. (1995). **Research Method in Education: An Introduction.** USA: Allyn and Bacon.
- Wilcox, D.L.; Ault, P.H. and Agee, W.K. (1992). **Public Relations: Strategies and Tactics.** New York: Harper and Row.
- Wilcox, D.L. (2006). The Landscape of Today's Global PR. **Anlisi**, 34, 67-85.
- Wilcox, D.L. and Cameron, G. (2012). **Public Relations Strategies and Tactics.** Boston, MS: Pearson Education.
- Williamson, A. (2013). **Social Media Guidelines.** Switzerland: Inter Parliamentary Union.
- Witmer, D. F. (2012). **Public Relations Management.** Dubuque, IA: Kendall Hunt Publishing.
- Wright, D. and Hinson, M. (2008). **Examining the Increasing Impact of Social Media on the Public Relations Practice.** Paper Presented to 12th Annual International Public Relations Research Conference: Institute for PR Retrieved from http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Wright_Hinson_PR_Miami.pdf