

สารบัญ

	หน้า
องค์กรรับผิดชอบต่อสังคม : ทศนคติ และการตอบสนองด้านคุณภาพการบริการ	1
ภาพลักษณ์องค์กร ความไว้วางใจ ความตั้งใจซื้อและการบอกต่อของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นซี	
➤ <i>วรรณ บุญศาสตร์</i>	
การศึกษาบทบาทของเพลงร็อคในการปลูกฝังคุณค่าและการสร้างกำลังใจในการดำเนินชีวิตของเยาวชน	19
➤ <i>ณัชชา ตั้งตรงสุทธิชัย</i>	
กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน	39
ต่อสื่อมวลชน	
➤ <i>ภักชดา อำไพพรรณ</i>	
กลยุทธ์การสื่อสารช่อง Gutumdai เพื่อสร้างรายได้ผ่านเว็บไซต์ Youtube ในรูปแบบรายการโทรทัศน์	56
➤ <i>อิศราวุฒิ กิจเจริญ</i>	
เลิฟซิกเดอะซีรีส์: การสร้างความผูกพันของกลุ่มแฟนผ่านการเล่าเรื่องข้ามสื่อในบริบทชายรักชาย	78
➤ <i>ศักรินทร์ ศรีประสงค์</i>	
ตัวละครเกย์ในละครโทรทัศน์ไทยยุคใหม่	96
➤ <i>พัฒนพล วงษ์ม่วง</i>	
กลยุทธ์การวางตราสินค้า (Product Placement) ในละครซีทคอม	110
➤ <i>ปรภัต จูตระกูล</i>	
จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล	125
➤ <i>เทียนทิพย์ เดียวกี</i>	