หัวข้อสารนิพนธ์	การเลือกสื่อโฆษณาเปิดตัวนิตยสาร Harper's Bazaar
ชื่อนักศึกษา	ศิริเพ็ญ จุลกระโทก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	อาจารย์เยาวนารถ มาตลอย
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต
	สาขาวิชาการโฆษณา
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2548

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การสิเคราะห์สื่อโฆษณาเปิดตัวของนิตยสาร Harper's Bazaar มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาสื่อโฆษณาที่ใช้เปิดตัวนิตยสาร Harper' Bazaar และเพื่อศึกษาเหตุผลในการใช้สื่อในการโฆษณาเปิดตัวนิตยสาร Harper' Bazaar รวมถึงปัญหาและอุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในการใช้สื่อโฆษณาเปิดตัวของนิตยสาร Harper's Bazaar

สื่อโฆษณาที่ใช้เปิดตัวของนิตยสาร Harper's Bazaar มีทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกลางแจ้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการรับรู้และจดจำในตราสินค้าโดยพิจารณาจากลุ่มเป้าหมายและข้อดีข้อเสียและต้นทุนของสื่อแต่ละชนิด ส่วนระยะเวลาในการใช้สื่อแต่ละชนิดจะไม่เท่ากันจะพิจารณาตามความเหมาะสมของสื่อแต่ละชนิด

ปัญหาและอุปสรรคในการเลือกใช้สื่อโฆษณาเปิดตัวของนิตยสาร Harper's Bazaar สามารถแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ เนื่องจากบริษัท มีเดีย เอกซ์เพอร์ทีส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด หรือ MEI เป็นบริษัทที่มีสื่อเป็นของตนเองจึงทำให้สื่ออื่นๆ ไม่สนใจที่จะทำการโฆษณาให้กับนิตยสารHarper's Bazaar และทางบริษัทมีงบประมาณในการใช้สื่ออย่างจำกัดจึงเป็นเหตุให้เลือกใช้สื่อได้น้อย

SPUCHONBURI