

หลักการตลาด เพื่อการเป็นผู้ประกอบการ

Marketing Principles for Entrepreneurship



หลักการตลาดเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ

HF5415 ส761น 2565 ฉ.1



Barcode *10055216*

ห้องสมุดวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุรินทร์

สุชาติ ไตรภพสกุล

สารบัญย่อ

	หน้า
ส่วนที่ 1 การตลาดและกระบวนการตลาด	1
บทที่ 1 ความเป็นผู้ประกอบการและการตลาด	5
บทที่ 2 การตัดสินใจทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	31
บทที่ 3 รูปแบบธุรกิจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	79
บทที่ 4 การแบ่งส่วนการตลาด การกำหนดตลาด กลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด	145
ส่วนที่ 2 การออกแบบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	169
บทที่ 5 นโยบายผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการ	173
บทที่ 6 นโยบายการตั้งราคาของผู้ประกอบการ	229
บทที่ 7 นโยบายช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการ	255
บทที่ 8 การสื่อสารทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	283
บทที่ 9 ส่วนประสมทางการสื่อสารทางการตลาด : การสื่อสารมวลชน	305
บทที่ 10 ส่วนประสมทางการสื่อสารทางการตลาด : การสื่อสารทางดิจิทัล และการสื่อสารส่วนบุคคล	339
บทที่ 11 การตลาดระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบการ	367
ส่วนที่ 3 การประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการประกอบการ	387
บทที่ 12 การประยุกต์ใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อการประกอบการ	391
บทที่ 13 การประยุกต์ใช้ไลน์ออฟฟิเชียลแอดแคานต์เพื่อการประกอบการ	427
บทที่ 14 การประยุกต์ใช้ยูทูปเพื่อการประกอบการ	453
บทที่ 15 การประยุกต์ใช้ทวิตเตอร์ เพื่อการประกอบการ	477
บทที่ 16 การประยุกต์ใช้อินสตาแกรมและติ๊กต็อกเพื่อการประกอบการ	499