



ISBN 974-599-724-2

VISION



หลักการโฆษณา
PRINCIPLE OF
ADVERTISING

รศ. ลดาวัลย์ ยมจินดา
รศ. สุพรรณิ มั่งคะลี

AD 2004
39132 * 42-



หลักการโฆษณา

PRINCIPLE OF ADVERTISING

AP 204

ภาควิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

39132

รศ. ดาวัลย์ ยมจินดา

รศ. สุพรรณณี มั่งกะลี

**สงวนลิขสิทธิ์
พิมพ์ที่
พิมพ์ครั้งที่
จำนวนหน้า
ISBN
ปีที่เคยพิมพ์
ผู้จัดจำหน่าย**

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง
7 พ.ศ. 2539 จำนวน 4,000 เล่ม
288 หน้า
974-599-724-2
พ.ศ. 2535
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง



1025204

