

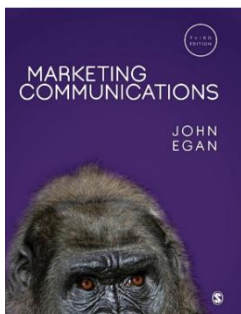


บทปริทัศน์หนังสือ (Book Review)

Marketing Communications

สัจจิตา พรหมโชติ¹

Sunjita Promchot¹



ชื่อหนังสือ: Marketing Communication

ชื่อผู้เขียน: John Egan

สำนักพิมพ์: SAGE Publications Inc.

Language: English

ความยาว: 398 หน้า

หนังสือเล่มนี้แต่งโดย John Egan ซึ่งเป็นผู้บริหารด้านพัฒนาหลักสูตร และหัวหน้าสาขาการตลาดมหาวิทยาลัย Regent ลอนดอน ประเทศอังกฤษ John Egan ทำงานเกี่ยวกับวิชาการด้านการตลาดในหลายมิติ อาทิเช่น ดำรงตำแหน่งเป็นบรรณาธิการบริหารวารสาร The European Journal of Marketing The Journal of Political Marketing ฯลฯ ผลงานการเขียนมากมาย อาทิเช่น หนังสือ Public Relation หนังสือ Relationship Marketing หนังสือที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ได้แก่ หนังสือ Marketing Communication ซึ่งหนังสือเล่มนี้ได้ถูกเผยแพร่ในหลายภาษา

โครงสร้างของหนังสือแบ่งเป็นสี่ส่วน ส่วนที่หนึ่งอธิบายถึงพัฒนาการด้านการสื่อสารการตลาดจากอดีตถึงปัจจุบัน โดยเนื้อหากล่าวถึงแบบจำลองการสื่อสารตั้งแต่แบบพื้นฐานถึงขั้นซับซ้อนมีองค์ประกอบต่าง ๆ มาเกี่ยวข้องทำให้จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้รับสารเป้าหมาย ซึ่งหนังสือเล่มนี้ได้มีการแนะนำในเรื่องของการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อออกแบบการสื่อสารการตลาดสำหรับสร้างแบรนด์ให้กับธุรกิจ ส่วนที่สองอธิบายเกี่ยวกับการบริหาร Campaign การวางแผนสื่อและการวิจัย เพื่อสื่อสารกับผู้รับสารเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับส่วนที่สามอธิบายเรื่อง เครื่องมือการสื่อสารการตลาดโดยอธิบายถึงส่วนประสมการสื่อสารการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์แบรนด์ รวมไปถึงประชาสัมพันธ์องค์กร และมีการอธิบายถึงการตลาดดิจิทัลโซเชี่ยลมีเดีย การสื่อสารการตลาดผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ส่วนที่สี่นำเสนอเนื้อหาอุตสาหกรรมและจริยธรรมการสื่อสารในบริบทการค้าระดับโลก

หนังสือเล่มนี้มีจุดที่น่าสนใจในหลายมิติ ทั้งในด้านเนื้อหาวิชาการ มีความทันสมัย นอกจากทฤษฎีการสื่อสารแล้วยังเพิ่มเติมในส่วนของ Digital Marketing Social Media Marketing ซึ่งเป็น

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi.

E-mail: sunjita@rmutt.ac.th



เนื้อหาที่สอดคล้องกับบริบทของสถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน หนังสือเล่มนี้มุ่งเน้นสร้างความเข้าใจเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง การเขียนเรียบเรียงอธิบายเนื้อหาในแต่ละหัวข้อจะมีการนำเสนอทฤษฎีควบคู่ไปกับตัวอย่าง มีการนำเสนอประเด็นการวิเคราะห์เพื่อเชื่อมโยงผู้อ่านให้เข้าใจถึงการประยุกต์ใช้ความรู้ในเชิงปฏิบัติ กรณีศึกษาก็เป็นอีกประการหนึ่งที่น่าสนใจในหนังสือเล่มนี้ ผู้เขียนได้นำกรณีศึกษาซึ่งเป็นเรื่องของธุรกิจที่น่าสนใจ เนื้อหากรณีศึกษาไม่ยาวจนเกินไป การใช้ภาษาทำให้เข้าใจง่าย ผู้อ่านสามารถเข้าใจเนื้อหาประเด็นวิเคราะห์ได้ในเวลาอันสั้น กล่าวได้ว่าหนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือที่เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับผู้อ่านที่สนใจศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดในเชิงปฏิบัติอย่างแท้จริง