



รายงานการวิจัยพัฒนาการเรียนการสอน

เรื่อง

การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการสื่อสาร
ทางการตลาดของนักศึกษา
โดยใช้แบบฝึกการตอบข้อเสนอบแบบอัดแห้ง

ชัชสรัญ รอดยิ้ม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

สิงหาคม 2555

Title Developing Academic Achievement by Studying Marketing Communication of Students by Using a Subjective Proposal Response Training.

The Researcher Chatsarun Rodyim.

Years 2011

Abstract

Teaching in the current concern with the students because it is knowledge from the instructor, teaching by highlighting important participants as, student dares to show. Comment what instructor must share the importance both to train the students to write a description of an opinion knowledge correctly and appropriately. Therefore, researchers are studying. Developing academic achievement by studying marketing communication of students by using a subjective response training offers students the main sutroprihan business. Academic marketing faculty management of Phra Nakhon rajabhat University This research is intended to (1) measure the achievement of student learning in academic marketing communications by using a subjective proposal response training (2) compare the achievement after learning with students before learning a coaching offer a subjective. Sample group used in educational research: students master business sutroprihan marketing academic faculty management of Phra Nakhon rajabhat University semester 1 year, 50 people who provided education by selecting a 2554 (2011), a specific (Purposive Sampling) test tool used to measure success. A study of subjective research terms 5 achievement found that learning to plan Marketing Communications Department. Story concepts, marketing communications Efficient 89.00/88.00 that meets the criteria that define and score achievement learning different statistical significant level of .05 is learning score achievement. After high school Than before class.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2554 ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ประชน แสงจักร คณบดีคณะวิทยาการจัดการที่สนับสนุนการวิจัยครั้งนี้และผู้ช่วยศาสตราจารย์สมบูรณ์ ชันธิโชติ ที่กรุณาตรวจแก้เครื่องมือให้ถูกต้องสมบูรณ์ ตลอดจนนักศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 สาขาบริหารธุรกิจ วิชาเอกการตลาด ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ชัชสรณ์ รอดยิ้ม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีการเรียนรู้	4
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	5
การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	5
แบบฝึก	6
แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	8
หลักเกณฑ์ในการสร้างแบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	8
หลักในการสร้างแบบทดสอบอัตนัย	10
ข้อแนะนำในการใช้แบบทดสอบอัตนัย	12
แนวคำถามของแบบทดสอบอัตนัย	12
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	39
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
วิธีการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ	39
ขั้นตอนดำเนินการวิจัย	41
การวิเคราะห์ข้อมูล	42
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	42
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43

	ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
บทที่ 5	สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	48
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	48
	ประชากร	48
	เครื่องมือ	48
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	48
	การวิเคราะห์ข้อมูล	49
	ผลการวิจัย	49
	อภิปรายผล	50
	ข้อเสนอแนะ	51
	บรรณานุกรม	53
	ภาคผนวก ก แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	55
	ภาคผนวก ข ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	58
	ประวัติผู้วิจัย	60

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ตัวแบบการสื่อสารจำแนกตามกระบวนการตอบสนอง	32
3.1	ตารางการวิเคราะห์	40
4.1	คะแนนการประเมินพฤติกรรมระหว่างเรียนและคะแนนวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน	44
4.2	เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนแผนการจัดการเรียนรู้แบบบรรยายและอภิปราย เรื่องแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด	46