

ชื่อวิทยานิพนธ์ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความสามารถในการให้เหตุผลวิชาหลักการตลาด ของ
นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ที่ใช้การสอนแบบ MIAP และการสอนตาม
กระบวนการคิดฮิวริสติกส์

ผู้วิจัย นางสาวทักษพร เชื้อสา ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัย
ราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ผศ.ดร.ดิเรก สุขสุนัย 2) ดร.พัชรีย์ ปิยะพันธ์ ปีการศึกษา 2557
จำนวน 175 หน้า คำสำคัญ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความสามารถในการให้เหตุผล วิชาหลักการตลาด
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง การสอนแบบ MIAP การสอนตามกระบวนการคิดฮิวริสติกส์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาหลักการตลาด ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ที่ใช้การสอนแบบ MIAP กับการสอนตามกระบวนการคิดฮิวริสติกส์ 2) เปรียบเทียบความสามารถในการให้เหตุผลวิชาหลักการตลาด ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ที่ใช้การสอนแบบ MIAP กับการสอนตามกระบวนการคิดฮิวริสติกส์ 3) เปรียบเทียบความสามารถในการให้เหตุผลวิชาหลักการตลาด ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ที่ใช้การสอนแบบ MIAP ก่อนและหลังเรียน และ 4) เปรียบเทียบความสามารถในการให้เหตุผลวิชาหลักการตลาด ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ที่ใช้การสอนตามกระบวนการคิดฮิวริสติกส์ ก่อนและหลังเรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2556 วิทยาลัยเทคโนโลยีบริหารธุรกิจสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 2 ห้องเรียน ห้องเรียนละ 25 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และแบบทดสอบวัดความสามารถในการให้เหตุผล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติทดสอบที

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาหลักการตลาดของนักศึกษาที่ใช้การสอนแบบ MIAP สูงกว่า ที่ใช้การสอนตามกระบวนการคิดฮิวริสติกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ความสามารถในการให้เหตุผลวิชาหลักการตลาดของนักศึกษาที่ใช้การสอนแบบ MIAP สูงกว่า ที่ใช้การสอนตามกระบวนการคิดฮิวริสติกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ความสามารถในการให้เหตุผลวิชาหลักการตลาดของนักศึกษาที่ใช้การสอนแบบ MIAP หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) ความสามารถในการให้เหตุผลวิชาหลักการตลาดของนักศึกษาที่ใช้การสอนตามกระบวนการคิดฮิวริสติกส์ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลายมือชื่อนักศึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1.

2.

Thesis title: Learning Achievement and Ability to Reason on Marketing Principles of High Vocational Certificate Students Taught by MIAP and Heuristics Thinking

Researcher: Miss. Thaksaphorn Chueasa. Degree: Master of Education (Curriculum and Instruction). Dhonburi Rajabhat University. Thesis advisors: 1) Asst. Prof. Dr. Dirck Suksunai
2) Dr. Patcharee Piyapan. Academic year: 2014. 175 pp. Keywords: Learning Achievement, Ability to Reason, Marketing Principles, High Vocational Certificate Students, MIAP, Heuristics Thinking

Abstract

The purposes of this research were to: 1) compare learning achievement on marketing principles of high vocational certificate students learning by MIAP and heuristics thinking, 2) compare the ability to reason on marketing principles of the students learning by MIAP and heuristics thinking, 3) compare the ability to reason on marketing principles of the students before and after learning by MIAP, and 4) compare the ability to reason on marketing principles of the students before and after learning by heuristics thinking. The samples consisted of 50 vocational certificate students selected by simple random sampling. The research instruments were teaching plans, a giving reason ability test on marketing principles, and a marketing achievement test. The data were analyzed by mean, standard deviation, and t-test.

The research results found that: 1) students taught by MIAP had significantly higher learning achievement than those taught by heuristics thinking at a level of statistical significance .05, 2) students taught by MIAP had significantly higher ability to reason than those taught by heuristics thinking at a level of statistical significance .05, 3) students after being taught by MIAP had significantly higher ability to reason on marketing principles than before learning at a level of statistical significance of .05, and 4) students after being taught by heuristics thinking had significantly higher ability to reason on marketing principles at a level of statistical significance .05.

Student's signature..... Thaksaphorn Ch.
Thesis advisors' signatures 1..... Dirck Suksunai 2..... Patcharee Piyapan