

การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด(Marketing Communication)
เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา

สารนิพนธ์

ของ

สุรเดช คงดี

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

มีนาคม 2553

การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด(Marketing Communication)
เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา

สารนิพนธ์

ของ

สุรเดช คงดี

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

มีนาคม 2553

ลิขสิทธิ์ เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด(Marketing Communication)
เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา

บทคัดย่อ

ของ

สุรเดช คงดี

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

มีนาคม 2553

สุรเดช คงดี (2552). การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา. สารนิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษม บุญส่ง

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 90/90

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักศึกษาสาขาการตลาด ชั้นปีที่ 2 จำนวน 48 คน ของคณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบหลาย ขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย แบบทดสอบวัด ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และแบบประเมินคุณภาพของบทเรียน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพ บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและร้อยละ

ผลการวิจัยปรากฏว่า บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา ที่พัฒนาขึ้น มีคุณภาพ ด้านเนื้อหาในระดับดี และด้านคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียในระดับดี มีประสิทธิภาพ 91.50/90.75

THE DEVELOPMENT OF COMPUTER MULTIMEDIA INSTRUCTION
MARKETING COMMUNICATION SUBJECT CREATIVE AND PRESENTATION TECHNIQUES

AN ABSTRACT
BY
SURADEJ KONGDEE

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Education Degree in Educational Technology
at Srinakharinwirot University
March 2010

Suradej Kongdee (2010). *Development of Computer Multimedia Instruction Marketing Communication Subject Creative and Presentation Techniques*. Master's Project, M.Ed. (Educational Technology). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Asst. Prof. Kasem Boonsong.

The objectives of this research were to development of computer multimedia instruction marketing communication subject creative and presentation techniques according to a set of 90/90 criterion.

The samples used in this research were 48 second level students, Marketing Branch, Business Administration from Eastern Asia University, by using multistage random sampling technique. The instruments consisted of the computer multimedia instruction, a post-test, and a quality assessment of the computer multimedia instruction. The statistics used for data analysis are mean and percent.

The results revealed that the computer multimedia instruction had an efficiency of 91.50/90.75, and had a good quality in content and a good quality in media technique.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด
(Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา
ของสุรเดช คงดี ฉบับนี้ แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษม บุญส่ง)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อลิศรา เจริญวานิช)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษม บุญส่ง)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชาญชัย อินทรสุนานนท์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อลิศรา เจริญวานิช)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะศึกษาศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.องอาจ นัยพัฒน์)

วันที่.....เดือนมีนาคม พ.ศ.2553

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากคณาจารย์หลายท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกษม บุญส่ง อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือ พร้อมให้ข้อคิดในการปรับปรุงสารนิพนธ์เป็นอย่างดี และ ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราภรณ์ บุญส่ง ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ในเรื่องคำสถิติ วิธีการทดลอง การสรุปตัวอย่าง และให้คำแนะนำในเรื่องอื่นๆ ขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ ด้วย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อติศรา เจริญวานิช อาจารย์อภิเกียรติ ชูเกียรติ, รองศาสตราจารย์จกมล แก่นเพิ่ม, อาจารย์ไรวินทร์ มาสำราญ, อาจารย์พิมพ์พันธุ์ ศรีพิพิช, อาจารย์ครรชิต สิงห์เสมานนท์ ที่กรุณาช่วยตรวจคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

ขอขอบคุณบุคลากรและคณาจารย์มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ที่เอื้อเฟื้อ อำนวยความสะดวกด้วยความเต็มใจและตั้งใจให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการทดสอบบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา

คุณค่าแห่งความดีและประโยชน์จากการทำสารนิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่บิดา มารดา และญาติพี่น้อง ที่ให้ชีวิตและโอกาสทางการศึกษาแก่ข้าพเจ้า รวมถึงครูอาจารย์ทุกท่านที่ให้วิชาความรู้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้ จะมีประโยชน์ต่อผู้อ่านทุกท่านไม่มากนักน้อยตามสมควร

สุรเดช คงดี

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการศึกษาวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
เนื้อหาที่ใช้ในการทดลอง.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	 6
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา(Research and Development)	6
ความหมายของการวิจัยและพัฒนา.....	6
กระบวนการวิจัยและพัฒนา.....	7
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ด้วยตนเอง.....	9
ความหมายของการเรียนรู้ด้วยตนเอง	9
ลักษณะของการเรียนรู้ด้วยตนเอง	9
ขั้นตอนการดำเนินการเรียนรู้ด้วยตนเอง.....	10
หลักการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง.....	11
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย.....	13
ความหมายของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย	13
ประโยชน์และข้อจำกัดของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย.....	14
การนำบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมาใช้ในการศึกษา.....	15
โครงสร้างของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย	16
ขั้นตอนการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย.....	18
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย	
อีสเทิร์นเอเซีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)	20

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
แผนการสอนรายวิชา (Course Syllabus)	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
งานวิจัยภายในประเทศ	22
งานวิจัยต่างประเทศ	24
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	26
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26
การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
การดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล	30
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	31
4 ผลการวิจัย	32
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	32
ผลการประเมินคุณภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียจากผู้เชี่ยวชาญ	33
ผลการหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย	36
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	38
ความมุ่งหมายของการวิจัย	38
ความสำคัญของการวิจัย	38
ขอบเขตของการวิจัย	38
เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
วิธีการดำเนินการวิจัย	39
สรุปผลการวิจัย	40
อภิปรายผล	41

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 (ต่อ)	
ข้อเสนอแนะ	43
บรรณานุกรม	44
ภาคผนวก	48
ภาคผนวก	48
ภาคผนวก ก	49
ภาคผนวก ข	51
ภาคผนวก ค	56
ภาคผนวก ง	59
ภาคผนวก จ	70
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	80

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 คุณภาพของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	30
2 ผลการประเมินบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการ นำเสนองานโฆษณา จากผู้เชี่ยวชาญด้านนี้ อหว.....	33
3 ผลการประเมินบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการ นำเสนองานโฆษณา จากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา.....	34
4 ผลการทดลองบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการ นำเสนองานโฆษณา	36
5 ผลการทดลองบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการ นำเสนองานโฆษณาครั้งที่3	37

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

คอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเป็นสื่อการเรียนการสอนโดยใช้คอมพิวเตอร์รูปแบบหนึ่งซึ่งใช้ความสามารถของคอมพิวเตอร์ในการนำเสนอสื่อผสมอันได้แก่ข้อความภาพนิ่งกราฟิกแผนภูมิกราฟภาพเคลื่อนไหววีดิทัศน์และเสียงเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาบทเรียนหรือองค์ความรู้ในลักษณะที่ใกล้เคียงกับการสอนจริงในห้องเรียนมากที่สุดโดยที่คอมพิวเตอร์ช่วยสอนจะนำเสนอเนื้อหาที่ละเล็กละเอียดโดยเนื้อหาความรู้คอมพิวเตอร์ช่วยสอนจะได้รับการถ่ายทอดในลักษณะที่แตกต่างกัน

การนำคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมาใช้ในการศึกษามีรูปแบบแตกต่างกันไป รูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจคือ การนำเอาคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมาใช้ในการเรียนการสอน ซึ่งเรียกโดยทั่วไปว่าคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย หรือ CAI (Computer Assisted Instruction) ซึ่งเป็นการนำเอาคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการเรียนการสอนในเนื้อหาวิชาแบบฝึกหัด และการทดสอบ คอมพิวเตอร์มัลติมีเดียถูกพัฒนาขึ้นในรูปแบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งอาจเสนอเนื้อหาในรูปแบบตัวหนังสือและภาพกราฟิก คำถาม รับคำตอบจากนักเรียน ตรวจคำตอบ และแสดงผลการเรียนรู้ในรูปแบบของข้อมูลย้อนกลับให้แก่นักเรียน ซึ่งคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมีลักษณะเด่นดังนี้

1. นักเรียนได้เรียนอย่างมีอิสระ กำหนดอัตราการเรียนรู้ของตนเองสำหรับผู้ที่ยังเรียนในอัตราการเรียนรู้เร็วไม่ต้องรอผู้อื่นด้วยความเบื่อหน่าย ไร้ความกดดัน ส่วนผู้ที่มีอัตราเรียนช้าก็ไม่ประสบปัญหาในการตามบทเรียนไม่ทันไม่วิตกกังวลต่อความรู้สึกของคนอื่นๆ จึงมีความสบายใจในการเรียน
2. นักเรียนสามารถเลือกเวลาเรียนได้ตามที่ตนต้องการ ไม่จำเป็นต้องกำหนดตายตัว
3. สามารถใช้เทคนิคที่ดึงดูดความสนใจหลายๆ เทคนิคอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นใช้เทคนิคเดียวหรือหลายเทคนิคร่วมกัน เช่น การแสดงด้วยกราฟิก ดนตรี การใช้สี การใช้ภาพเคลื่อนไหว และการพูดโต้ตอบกับนักเรียน เป็นต้น (บุญชม ศรีสะอาด 2541: 123-124)

วิชาสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เป็นวิชาที่กล่าวถึงเรื่องของการสื่อความหมายของกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้สร้างความเข้าใจและสร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภคโดยมุ่งหวังให้เกิดผลสำคัญคือช่วยกระตุ้นการขาย (Sale) และสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) กิจกรรมการสื่อสารการตลาดจึงประกอบด้วยส่วนสำคัญคือการโฆษณา การประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขายและการตลาดทางตรง

ในปัจจุบันการสื่อสารการตลาดได้รับการพัฒนาให้เป็นกลยุทธ์อันทรงประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยเน้นเป้าหมายและกลวิธีสื่อสารที่มีความเข้มข้นและสอดคล้องกันอย่างมีพลัง ดังที่ Don E. Schultz เรียกกลยุทธ์นี้ว่าการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication หรือ IMC) โดยอธิบายว่า เป็นการผสมผสานเครื่องมือสื่อสารมาใช้ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน (Mass-media Advertising) การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) และอื่น ๆ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่มีความชัดเจน (Clear) คงที่ (Consistent) และจับใจ (Compelling) เกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์ (Kotler; & Armstrong. 1999:439)

ทั้งนี้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสามารถช่วยสร้างอัตลักษณ์ที่แข็งแกร่งของตราหือ (Strong Brand Identity) ในตลาด โดยการผูกรวมนิยามภาพลักษณ์และข่าวสารต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกันซึ่งหมายความว่า ข่าวสารตำแหน่งครองใจและภาพลักษณ์ ตลอดจนอัตลักษณ์ของธุรกิจจะถูกนำเสนออย่างกลมกลืนเป็นแนวเดียวกันในทุก ๆ เครื่องมือ ไม่ว่าจะเป็นทางการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และอื่น ๆ แนวคิดในการนำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดมาใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดนี้ เป็นการประยุกต์เอาแนวทางการดำเนินงานของการตลาดสมัยใหม่มาเป็นกรอบ เนื่องจากภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดถือเป็นเป้าหมายสำคัญทางการตลาดที่องค์การธุรกิจจะต้องสร้างเสริมให้มีความโดดเด่นและเข้มแข็ง เพื่อให้สามารถพัฒนาตนเองในภาวะการแข่งขันของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เพื่อให้การเรียนการสอนวิชาสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กล่าวมานี้ การเรียนการสอนวิชาการสื่อสารการตลาดอาจารย์จึงต้องจัดเตรียมสื่อต่างๆ สำหรับนำมาใช้ประกอบการเรียนการสอนหลากหลายประเภทด้วยกันตัวอย่างเช่น โพรพส์ วิชุนิตยสาร หนังสือพิมพ์ สื่อกลางแจ้ง ฯลฯ เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจในบทเรียนอย่างแท้จริงแล้วนั้น อาจารย์ผู้สอนเองนั้นจะพบกับปัญหาเรื่องการจัดเตรียมสื่อการสอนเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากปัญหาเรื่องความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้สำหรับที่จะจัดเตรียมสื่อต่างๆ ซึ่งมีให้บริการภายในหน่วยงานนั้นมีจำนวนจำกัดหรือแม้กระทั่งในเรื่องของความรู้ความชำนาญในการผลิตสื่อเพื่อใช้งานของตัวอาจารย์เองก็ตามที่ อีกทั้งปัจจุบันผู้วิจัยทำงานอยู่ในศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย พบว่าหน่วยงานประสบปัญหาเกี่ยวกับจำนวนอุปกรณ์ที่สนับสนุนภายในห้องเรียนของทางมหาวิทยาลัย ที่มีไม่เพียงพอซึ่งทำให้เกิดความไม่สะดวกสำหรับการเรียนการสอนและการทำงานของเจ้าหน้าที่ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซียเป็นอย่างยิ่ง จากสภาพปัญหาที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าคุณสมบัติของคอมพิวเตอร์มีเดียนี้

สามารถที่จะนำมาใช้แก้ปัญหาความยุ่งยากที่เกิดขึ้นในการเรียนการสอนรายวิชาดังกล่าวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากความสามารถที่สลับซับซ้อนของสื่อมัลติมีเดียนี้ จะช่วยเพิ่มความหลากหลายให้กับให้กับบทเรียนเรื่องดังกล่าว ทั้งยังช่วยในการแบ่งเบาภาระงานของอาจารย์ผู้สอนของอาจารย์ และเจ้าหน้าที่ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซียอีกทั้งยังสามารถนำกลับมาใช้บทบทใหม่ได้ไม่จำกัด เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจของผู้เรียนอีกด้วย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อพัฒนานบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณาเพื่อนำมาใช้ในการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด

ความสำคัญของการวิจัย

1. ได้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณาที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด
2. เป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนา บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ในเนื้อหาวิชาอื่นต่อไปในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

ประชากร ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด ชั้นปีที่ 2 จำนวน 3 ห้อง มีนักศึกษารวม 80 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด ชั้นปีที่ 2 ได้มาจากการสุ่มแบบหลายชั้นตอน(Multi-stage Sampling) จำนวน 48 คน ดังนี้

1. สุ่มนักศึกษามา 1 ห้องเรียน แล้วจับสลากนักศึกษามาจำนวน 3 คน เพื่อใช้ในการทดลองครั้งที่ 1

2. สุ่มนักศึกษามา 1 ห้องเรียน จากนักศึกษาที่เหลือ 3 ห้องเรียน แล้วจับสลากนักศึกษามาจำนวน 15 คน เพื่อใช้ในการทดลองครั้งที่ 2

3. สุ่มนักศึกษามาจำนวน 30 คน จากนักศึกษาห้องเรียนที่เหลือ เพื่อใช้ในการทดลองครั้งที่ 3

เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย

เนื้อหาที่ใช้ในการออกแบบบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียวิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนอองานโฆษณา

บทที่ 1 เทคนิคการสร้างสรรคงานโฆษณา

- ความรู้เบื้องต้นของการโฆษณา
- การสร้างสรรคงานโฆษณา
- ส่วนประสมของการสร้างสรรค
- สิ่งที่ต้องกำหนดในการสร้างสรรคงานโฆษณา

บทที่ 2 เทคนิคการนำเสนอองานโฆษณา

- เทคนิคการนำเสนอองานโฆษณา
- การสร้างความยอดเยี่ยมให้กับงานโฆษณา
- เทคนิคการผลิตงานโฆษณาให้มีราคาถูกแต่มีคุณภาพ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย** หมายถึง บทเรียน เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนอองานโฆษณา ที่นำเสนอเนื้อหาที่ประกอบด้วย ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ตัวอักษร ผ่านคอมพิวเตอร์ โดยที่ผู้เรียนสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับบทเรียนในระหว่างที่เรียน และบทเรียนดังกล่าวบรรจุอยู่ในรูปแบบของซีดีรอม

2. **การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย** หมายถึง การออกแบบและสร้างบทเรียน เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนอองานโฆษณา โดยการนำเสนอในรูปแบบคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย คือการใช้ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ตัวอักษรแบบฝึกหัด และแบบทดสอบซึ่งผ่านการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี จากนั้นดำเนินการหาประสิทธิภาพของบทเรียนโดยการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอน ปรับปรุงแก้ไขจนมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด

3. ประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย หมายถึง ผลการเรียนรู้ของผู้เรียนที่ได้จากการศึกษาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ 90/90

90 ตัวแรก หมายถึง ค่าร้อยละของคะแนนเฉลี่ยของผลการเรียนรู้ของนักเรียนได้จากการทำแบบฝึกหัดระหว่างเรียนจากบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

90 ตัวหลัง หมายถึง ค่าร้อยละของคะแนนเฉลี่ยของผลการเรียนรู้ของนักเรียนได้จากการทำแบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนจากบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

4. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ความสามารถในการด้านความจำ ความรู้ และความเข้าใจในเนื้อหา ในรายวิชา การสื่อสารการตลาดเรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา ซึ่งวัดได้จากแบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ดังนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาการศึกษา
 - 1.1 ความหมายของการวิจัยและพัฒนาการศึกษา
 - 1.2 การดำเนินการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา
2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ด้วยตนเอง
 - 2.1 ความหมายของการเรียนรู้ด้วยตนเอง
 - 2.2 ลักษณะของการเรียนรู้ด้วยตนเอง
 - 2.3 ขั้นตอนการดำเนินการเรียนรู้ด้วยตนเอง
 - 2.4 หลักการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง
3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย
 - 3.1 ความหมายของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย
 - 3.2 ประโยชน์และข้อจำกัดของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย
 - 3.3 การนำบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมาใช้ในการศึกษา
 - 3.4 โครงสร้างของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย
4. หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ภาควิชาการศึกษา 2 ปีการศึกษา 2552
 - 4.1 แผนการสอนรายวิชา (Course Syllabus) ในรายวิชา
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาการศึกษา

1.1 ความหมายของการวิจัยและพัฒนา (Research and Development)

การวิจัยและพัฒนา เป็นการวิจัยประยุกต์เป็นขั้น ที่กระทำการจากการวิจัยบริสุทธิ์ เป็น การนำความรู้จากการวิจัยบริสุทธิ์ ไปวิจัยต่อ และพัฒนาเป็นเทคนิค หรือวิธีการที่สามารถนำไปใช้แก้ปัญหาอย่างได้ผล (ไพฑูริย์ ลินลารัตน์; และ สำลี ทองทิว. 2534: 22)

การวิจัยและพัฒนา(Research and Development) การวิจัยและพัฒนาเป็นกระบวนการที่ใช้การพัฒนาและประเมินผล ขั้นตอนส่วนใหญ่จะเน้นหนักไปทางการประเมินผลและผลผลิต จุดมุ่งหมายในการวิจัยและพัฒนาจะแตกต่างจากการวิจัยทั่วไป คือ วิจัยทั่วไปนี้ มุ่งแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ แต่การวิจัยและพัฒนา นั้นมุ่งเกี่ยวกับการพัฒนาผลผลิตให้มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพยิ่งขึ้น (นิโบล นิมกิงรัตน์. 2543: 26)

การวิจัยและพัฒนา เป็นการวิจัยที่ต้องกำหนดขั้นค้ำและพัฒนา ทำการทดสอบในสภาพจริง ทำการประเมิน และดำเนินการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หลาย ๆ รอบจนได้ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (รุจโรจน์ แก้วอุไร. 2549: ออนไลน์)

สรุปได้ว่า การวิจัยและพัฒนา หมายถึง กระบวนการวิจัยที่ต้องดำเนินการค้นคว้า พัฒนา ทดลอง และประเมินผล เพื่อปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 กระบวนการวิจัยและพัฒนา

(รุจโรจน์ แก้วอุไร 2549: ออนไลน์) ได้สรุปขั้นตอนของกระบวนการวิจัยและพัฒนาไว้ดังนี้

1. การกำหนดผลิตภัณฑ์และรวบรวมข้อมูล

ผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาที่จะวิจัยและพัฒนาคืออะไร โดยต้องกำหนดลักษณะทั่วไปรายละเอียดของการใช้ และวัตถุประสงค์ของการใช้ โดยมีเกณฑ์ในการเลือกกำหนดผลิตภัณฑ์การศึกษาที่จะวิจัยและพัฒนา 4 ข้อคือ

- ตรงกับความต้องการอันจำเป็นหรือไม่
- ความก้าวหน้าทางวิชาการมีเพียงพอในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่กำหนดหรือไม่
- บุคลากรที่มีอยู่มีทักษะความรู้ และประสบการณ์ที่จำเป็นต่อการวิจัยและพัฒนา นั้นหรือไม่

- ผลิตภัณฑ์นั้น จะพัฒนาขึ้นในเวลาอันสมควรได้หรือไม่

2. การวางแผนการวิจัยและพัฒนา

การวางแผนการวิจัยและพัฒนาประกอบด้วย

- กำหนดวัตถุประสงค์ของการใช้ผลิตภัณฑ์
- ประเมินการค่าใช้จ่าย
- การกำหนดกำลังคน
- การกำหนดระยะเวลาที่ต้องใช้เพื่อศึกษาความเป็นไปได้
- พิจารณาผลสืบเนื่องจากผลิตภัณฑ์

- ขั้นตอนในการวางแผนการวิจัยและพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยจะคาดการณ์คะเนได้ว่าการวิจัยครั้งนี้ จะมีแนวทางเป็นไปได้ หรือประสบความสำเร็จตามเวลาที่วางแผนไว้หรือไม่

3. การพัฒนารูปแบบขั้นตอนของการผลิต

ขั้นนี้ เป็นการออกแบบและจัดทำผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาที่วางไว้ เช่น ถ้าเป็นโครงการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้น ก็ต้องออกแบบหลักสูตร เตรียมวัสดุหลักสูตร คู่มือผู้ฝึกอบรม เอกสารในการฝึกอบรม และเครื่องมือในการประเมินผล โดยให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาที่ตั้งไว้

4. ทดลองหรือทดสอบผลิตภัณฑ์ขั้นต้น

ในขั้นนี้ จะเป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบและเตรียมไว้ในขั้นที่3 ไปทดลองใช้เพื่อทดสอบคุณภาพขั้นต้นของผลิตภัณฑ์ในโรงเรียนจำนวน 3-5 โรงเรียน ใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก 6-12 คน ประเมินผลโดยการใช้ แบบสอบถาม การสังเกต และการสัมภาษณ์ และรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์

5. นำข้อมูลและผลการทดลองมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ครั้งที่1

ในขั้นตอนนี้ จะนำข้อมูลและผลการทดลองที่ได้ มาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ครั้งที่

6. ทดลองหรือทดสอบผลิตภัณฑ์ครั้งที่2

ในขั้นนี้ จะนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการปรับปรุงไปทดลองเพื่อทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์โดยใช้โรงเรียน 5-15 โรงเรียน ใช้กลุ่มตัวอย่าง 30-100 คน ประเมินผลเชิงปริมาณในลักษณะทดสอบก่อนเรียน (Pre-Test) กับทดสอบหลังเรียน (Post-Test) นำผลไปเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ของการใช้ผลิตภัณฑ์ อาจมีกลุ่มควบคุมการทดลองถ้าจำเป็น

7. นำข้อมูลและผลการทดลองมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ครั้งที่2

ในขั้นตอนนี้ จะนำข้อมูลและผลการทดลองที่ได้ จากการประเมิน มาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ครั้งที่2

8. ทดลองหรือทดสอบผลิตภัณฑ์ครั้งที่3

ในขั้นนี้ จะนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการปรับปรุงไปทดลองเพื่อทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์โดยใช้โรงเรียนประมาณ 10-30 โรงเรียน ใช้กลุ่มตัวอย่าง 40-200 คน ประเมินโดยการใช้ แบบสอบถาม การสังเกต และการสัมภาษณ์ และรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์

9. นำข้อมูลและผลการทดลองมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ครั้งที่3

ในขั้นตอนนี้ จะนำข้อมูลและผลการทดลองที่ได้ มาปรับปรุงเพื่อเผยแพร่ต่อไป

10. การเผยแพร่

เสนอรายงานเกี่ยวกับผลการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในที่ประชุมสัมมนาทางวิชาการหรือวิชาชีพส่งไปลงเผยแพร่ในวารสารทางวิชาการ และติดต่อกับหน่วยงานทางการศึกษาเพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาเผยแพร่ไปในโรงเรียนต่าง ๆ หรือติดต่อกับบริษัทเพื่อจำหน่ายต่อไป

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องการเรียนรู้ด้วยตนเอง

แนวคิดทางการศึกษาที่เน้นในเรื่องของการจัดการศึกษาโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งในความแตกต่างระหว่างบุคคลนี้ มีสาเหตุมาจากหลายด้าน ดังนั้น จึงมีวิธีการสอนแบบต่างๆ ขึ้นมาเพื่อให้เหมาะกับผู้เรียนในแต่ละคน

2.1 ความหมายของการเรียนรู้ด้วยตนเอง

การเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นวิธีการศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองของผู้เรียน โดยอาจศึกษาอย่างอิสระจากห้องเรียน ศึกษาตามความสนใจ ความถนัด ความต้องการของตนจากสื่อ อุปกรณ์ ที่มีอยู่ในแหล่งเรียนรู้ในสถานศึกษา หรือแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ ผู้เรียนอาจศึกษาตามลำพัง เป็นคู่ หรือกลุ่มก็ได้ (วัฒนาพร รัชภัทก์ 2545: 50)

การเรียนรู้ด้วยตนเอง หมายถึง กรอบแนวคิดที่ส่งเสริมการเรียนรู้ที่ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ แหล่งข้อมูลที่ไม่จำกัด ครูเป็นผู้อำนวยความสะดวกและผู้เรียนเป็นผู้ค้นหา แสวงหาและสร้างความรู้ด้วยตนเอง การเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนต้องมีความรับผิดชอบในการวางแผน การปฏิบัติและการประเมินผลความก้าวหน้าในการเรียนของตนเอง (วิภาดา วัฒนนามกุล. 2548: ออนไลน์)

ดังนั้น การเรียนรู้ด้วยตนเอง คือ กระบวนการที่ผู้เรียนแสวงหาความรู้อย่างอิสระ ตามความต้องการโดยไม่จำกัดแหล่งข้อมูล เวลา และสถานที่ โดยผู้เรียนเป็นผู้รับผิดชอบ วางแผน ปฏิบัติ และประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง

2.2 ลักษณะของการเรียนรู้ด้วยตนเอง

กระบวนการการเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นการเรียนรู้ตามความต้องการของผู้เรียนโดยตรง ซึ่งจะมีลักษณะตามที่ ชาวลิต ตนานนท์ชัย (2547: ออนไลน์) กล่าวไว้ดังนี้

1. เป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากแรงจูงใจของแต่ละบุคคลอาจด้วยความจำเป็น ความต้องการ หรือความสนใจก็ได้แล้วแต่ คุณลักษณะเช่นนี้ จะนำมาซึ่งการขวนขวาย มุ่งมั่นและตั้งใจอันจะนำไปสู่ความสำเร็จของการเรียนรู้

2. เป็นความรู้ที่ถาวรเนื่องจากเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากการชวนขยาย และศึกษาค้นคว้าของผู้เรียนถึง แม้จะมีหรือต้องอาศัยผู้คอยแนะแนวหรือแนะนำบ้าง แต่โดยหลักการ แล้วจะต้องพึ่งพาหรืออาศัยตนเองเป็นหลัก ด้วยลักษณะดังกล่าวนี้ จะช่วยให้การเรียนรู้ดังกล่าวติดตัวผู้เรียนไปอย่างถาวร

3. สามารถตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคล เนื่องจากผู้เรียนมีอิสระที่เลือก และกำหนดหรือแผนการเรียนรู้ของตนเองตามความสนใจ ความถนัด รวมถึงความพร้อม

การเรียนรู้ด้วยตนเองจะเกิดจากความต้องการเรียนรู้ของบุคคลเป็นหลัก ผู้เรียนแต่ละคนนั้นย่อมมีความแตกต่างกันไป การเรียนรู้ด้วยตนเองจึงสามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้ และความรู้เหล่านั้น ก็จะเป็นความรู้ถาวรที่ติดตัวผู้เรียนไปตลอด เนื่องจากผู้เรียนได้ค้นพบความรู้ด้วยตนเองจึงกลายเป็นประสบการณ์ของผู้เรียน

2.3 ขั้นตอนการดำเนินการเรียนรู้ด้วยตนเอง

วัฒนาพร ระงับทุกข์ (2545: 53-54) ได้สรุปขั้นตอนของกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองไว้ดังนี้

1. การกำหนดหัวข้อที่จะศึกษา โดยผู้เรียนต้องรู้จักการเลือกหัวข้อ กำหนดขอบข่าย และวิธีการศึกษารายละเอียดของหัวข้อ
2. การหาแหล่งความรู้ โดยผู้เรียนต้องตัดสินใจว่าจะหาข้อมูลจากแหล่งใดจึงจะเหมาะสม ข้อมูลนอกจากจะหาจากห้องสมุดแล้ว ยังหาได้จากแหล่งความรู้อื่น ๆ อีกมากมาย เช่น การซักถามจากผู้รู้ การชมวีดิทัศน์ ภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ จากแหล่งชุมชน จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์
3. การได้มาซึ่งความรู้ โดยผู้เรียนต้องเรียนรู้วิธีการค้นพบข้อมูลจากแหล่งเรียนรู้ที่ต้องการด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การศึกษาค้นคว้าจากห้องสมุด จากอินเทอร์เน็ต การไปศึกษาข้อมูลจากสถานที่จริง ฯลฯ
4. การใช้ข้อมูลความรู้ เมื่อได้ข้อมูลแล้วผู้เรียนต้องอ่านและวิเคราะห์เพื่อเลือกข้อมูลที่ต้องการ โดยพิจารณาว่าเป็นข้อมูลจริงและเชื่อถือได้ เป็นข้อมูลที่ตรงตามหัวข้อที่ผู้เรียนต้องการศึกษา โดยคัดเลือกเฉพาะข้อมูลที่อยู่ในขอบข่ายที่กำหนดไว้
5. การเปรียบเทียบข้อมูลและเสนอความคิดเห็นของตนเอง เมื่อได้ข้อมูลที่ต้องการแล้วให้ผู้เรียนคิดวิเคราะห์ และเสนอความคิดเห็นของตนเองต่อข้อมูลนั้น
6. การนำเสนอข้อมูล ผู้เรียนอาจนำเสนอข้อมูลที่ค้นคว้าด้วยรูปแบบ วิธีการต่าง ๆ ที่น่าสนใจและมีลักษณะสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับลักษณะของข้อมูล และความถนัดของตน เช่น รูปภาพ แผนผัง แผนภูมิ การบรรยาย บทบาทสมมติ ละคร และ การใช้สื่อดิจิทัลประกอบในการนำเสนอ

7. การประเมินผล หลังจากการเสนอผลงานของตนแล้ว ผู้เรียนควรคิดทบทวนการทำงานของตน เพื่อประเมินจุดดีจุดด้อย และนำผลการประเมินมาปรับปรุงหรือพัฒนางานของตนต่อไป

2.4 หลักการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง

กระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับสังคมปัจจุบัน คือสังคมของข่าวสารไร้พรมแดน ดังนั้นการแสวงหาความรู้ทำได้ง่ายขึ้น แต่การเรียนรู้ที่เกิดประสิทธิภาพควรได้รับการจัดการที่เหมาะสม วัฒนาพร ระงับทุกข์ (2545: 50-51) ได้กล่าวถึงหลักการการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาผู้เรียนเป็นรายบุคคล เนื่องจากผู้เรียนแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านความสามารถในการเรียนรู้ วิธีการเรียนรู้ เจตคติ ฯลฯ ดังนั้น การจัดการเรียนรู้จึงต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความสามารถในการเรียนรู้ และวิธีการเรียนรู้ โดยจัดการเรียนรู้ เนื้อหา และสื่อที่เอื้อต่อการเรียนรู้รายบุคคล รวมทั้งเป็นโอกาสให้ผู้เรียนได้นำประสบการณ์ของตนมาใช้ในการเรียนรู้ด้วย

2. จัดให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการเรียน การเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้ดี เมื่อผู้เรียนมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบการเรียนรู้ของตนเอง ดังนั้น การจัดการเรียนรู้จึงควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีบทบาท ตั้งแต่การวางแผน กำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการของตนหรือกลุ่ม กำหนดกิจกรรมการเรียนรู้ สื่อการเรียนรู้ การเลือกใช้วิธีการเรียนรู้ การใช้แหล่งข้อมูล ตลอดจนจนถึงการประเมินผลการเรียนของตน

3. พัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้เรียน การจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้เรียนจะต้องได้รับการฝึกให้มีทักษะ และยุทธศาสตร์การเรียนรู้ที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ของตนเอง เช่น การบันทึกข้อความ การจัดประเภทหมวดหมู่ การสังเกต การแสวงหาและใช้แหล่งความรู้ เทคโนโลยีและสื่อที่สนับสนุนการเรียน รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีประสบการณ์ในการตัดสินใจ แก้ปัญหา กำหนดแนวทางการเรียนรู้ และเลือกวิธีการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับตนเอง

4. พัฒนาทักษะการเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น การเรียนด้วยตนเองไม่ได้หมายความว่า ผู้เรียนต้องเรียนเพียงคนเดียว โดยไม่มีชั้นเรียนหรือเพื่อนเรียน ยกเว้นการเรียนแบบรายบุคคล โดยทั่วไปแล้วในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผู้เรียนจะได้ทำงานร่วมกับเพื่อน กับครูและบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นจึงต้องพัฒนาทักษะการเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่นให้กับผู้เรียน เพื่อให้รู้จักการทำงานเป็นทีม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำกิจกรรมกลุ่มร่วมกับเพื่อนที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะเจตคติ ที่แตกต่างกัน เพื่อให้สามารถแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ และแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในกระบวนการเรียนรู้

5. พัฒนาทักษะการประเมินตนเอง และร่วมมือกันประเมิน ในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผู้เรียนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการประเมินการเรียนรู้ ดังนั้นจึงต้องพัฒนาทักษะการประเมินให้แก่ผู้เรียน และสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้เรียนว่า การประเมินตนเองเป็นส่วนหนึ่งของระบบการประเมินผล รวมทั้งยอมรับผลการประเมินจากผู้อื่นด้วย นอกจากนี้ ต้องจัดให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์การประเมินผลหลาย ๆ รูปแบบ

6. จัดปัจจัยสนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเองของผู้เรียน สภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ดังนั้น บริเวณในโรงเรียนจึงต้องจัดให้เป็นแหล่งความรู้ที่นักเรียนจะค้นคว้าด้วยตนเองได้ เช่น ศูนย์วิทยากร บทเรียนสำเร็จรูป ชุดการเรียนรู้ ฯลฯ รวมทั้งบุคลากร เช่น ครูประจำศูนย์วิทยากรที่ช่วยอำนวยความสะดวกและแนะนำเมื่อผู้เรียนต้องการ

การเรียนรู้ด้วยตนเอง สิ่งสำคัญที่สุด คือ ผู้เรียน การจัดการเรียนรู้ควรเริ่มจากการพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะที่พร้อมต่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยศึกษาความแตกต่างของผู้เรียนเป็นอันดับแรก และพัฒนาทักษะการเรียนรู้ ความรับผิดชอบต่อการเรียน และการประเมินผล ให้เหมาะสมกับผู้เรียน รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ในการสนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเอง เช่น สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ แหล่งความรู้ สื่อ อุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นต้น การนำรูปแบบการเรียนรู้ด้วยตนเองมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนนั้น ควรพิจารณาถึง(เชาวลิต ตนานนท์ชัย, 2547: ออนไลน์)

1. การเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย และตรงกับความต้องการของผู้เรียนซึ่งจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการวิเคราะห์วิจัยเพื่อกำหนดโครงสร้างหลักสูตร และเนื้อหาอย่างเหมาะสมโดยควรคำนึงถึงประโยชน์ และความสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงของกลุ่มเป้าหมาย

2. การเสนอวิธีเรียน และกิจกรรมการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับการเรียนรู้ด้วยตนเองโดยคำนึงถึงสภาพของกลุ่มเป้าหมายทั้งเพศ วัย หรือภูมิหลังอื่น ๆ ที่จะส่งผลต่อลักษณะของการเรียนรู้ เนื่องจากกลุ่มคนในแต่ละวัยนั้นจะมีข้อจำกัด และความพร้อมต่อการเรียนรู้ที่แตกต่างกันไป

3. การกำหนดวิธีการประเมินผลการเรียนรู้ที่เหมาะสม สามารถวัดและประเมินผลการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสภาพของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งควรมุ่งที่จะเป็นการประเมินความก้าวหน้า หรือประสิทธิภาพของการเรียนรู้ มากกว่าการประเมินผลสัมฤทธิ์วิชาการเพียงอย่างเดียว

การจัดการเรียนรู้ในลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเอง ควรพิจารณาถึงความแตกต่างของบุคคลหรือผู้เรียนเป็นสำคัญ ควรเลือกเนื้อหา บทเรียน วิธีการเรียน กิจกรรม และการประเมินผลที่เหมาะสมกับผู้เรียน การเตรียมตัวของผู้เรียนเองสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองนั้น ก็เป็นสิ่งที่จำเป็นอีกปัจจัยหนึ่ง

วัฒนาพร ระงับทุกข์ (2545: 52-53) ได้กล่าวถึงการฝึกให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง ว่าผู้เรียนสามารถจะเรียนรู้ได้ด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ หากผู้เรียนได้รับการฝึกฝนขั้นต้น การเรียนรู้ที่เป็นระบบและถูกวิธี ซึ่งขั้นต้นที่สำคัญมีดังนี้

1. ประเมินวิธีการเรียนของตนเอง ว่ามีความถนัด ความชอบ หรือเรียนวิธีใดได้ดี เพราะแต่ละคนมีลักษณะการเรียนรู้แตกต่างกันไป บางคนชอบปฏิบัติ บางคนชอบคิดวิเคราะห์ บางคนชอบเรียนทฤษฎี

2. ประเมินความสนใจหรือความต้องการของตนเอง ต้องการหาความรู้ ฝึกทักษะในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต้องการหาความรู้ ฝึกทักษะเพิ่มเติมในเรื่องใดที่ยังอ่อนอยู่

3. จัดลำดับความสำคัญของเรื่องที่จะศึกษา ในการศึกษาค้นคว้าจำเป็นต้องใช้ทักษะที่สำคัญหลายด้าน เช่น ทักษะการอ่าน การฟัง การเขียน การจับใจความ การสัมภาษณ์ การสังเกต การใช้แหล่งเรียนรู้ประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

4. วางแผนการเรียน โดยกำหนด

- เป้าหมายการเรียนรู้
- เวลาที่ใช้
- แหล่งการเรียนรู้ที่สามารถใช้ศึกษาค้นคว้า
- ผู้ที่สามารถให้คำปรึกษาหากมีปัญหา
- กิจกรรมและสื่อที่ใช้
- วิธีเรียน เรียนด้วยตนเอง หรือกับกลุ่ม หรือเป็นคู่

5. ศึกษาค้นคว้าตามความสนใจหรือความต้องการ

กระบวนการการเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นการสร้างความรู้ถาวรต่อผู้เรียนเอง ดังนั้น การที่ผู้เรียนมีทักษะและความสามารถพร้อมต่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง จะส่งผลให้รับความรู้ที่ต้องการอย่างเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

3.1 ความหมายของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยสอนอเนกทัศน์ สามารถนำเสนอได้ทุกรูปแบบ ทั้งข้อความ รูปภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหวหรืออนิเมชัน เสียง และภาพยนตร์ นอกจากนี้ ยังจะต้องสามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียนได้อย่างเหมาะสมด้วย ซึ่งจะมีบทบาทในกระบวนการเรียนการสอนในยุคปัจจุบันมาก (บุรณะ สมชัย 2542: 19)

บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย คือ บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่สามารถนำเสนอข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว กราฟฟิก และเสียง ผสมผสานกันอย่างกลมกลืน โดยมีการจัดการที่เป็นระบบ (มนต์ชัย เทียนทอง. 2545: 31)

บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย หมายถึง บทเรียนที่สร้างขึ้นด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ นำเสนอข้อมูลข่าวสาร ได้ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงบรรยาย และเสียงดนตรีประกอบ ซึ่งนำเสนอในรูปแบบที่มีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกับผู้ใช้ได้ ทำให้การเรียนการสอนและการนำเสนองาน มีชีวิตชีวา ภายในการทำงานโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องเดียวเท่านั้น (ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา. 2549: ออนไลน์)

บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย หมายถึง สื่อการสอนที่จัดทำขึ้นซึ่งประกอบด้วยตัวหนังสือกับสื่อแบบมัลติมีเดียต่าง ๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง และเนื่องจากในปัจจุบันนี้ เราสามารถจำแนกข้อมูลจำนวนมากโดยใช้ CD หรือ DVD ที่บันทึกข้อมูลด้วยสัญญาณดิจิทัลจึงก่อให้เกิดแนวโน้มกระแสดความนิยมในการใช้อุปกรณ์การสอนแบบมัลติมีเดียมากขึ้น (สำนักเทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอน. 2549: ออนไลน์)

ดังนั้น บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย หมายถึง บทเรียนที่สร้างด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ นำเสนอด้วยตัวอักษร ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ผสมผสานกันอย่างมีระบบ และสามารถปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกับผู้ใช้ได้ ซึ่งบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียนี้ นิยมนำมาประยุกต์ใช้ในการประกอบการเรียนการสอนทางการศึกษา

3.2 ประโยชน์และข้อจำกัดของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

สถาพร สาธุการ (2548: ออนไลน์) และ มนต์ชัย เทียนทอง (2545: 7-8) ได้กล่าวถึงประโยชน์และข้อจำกัดของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เมื่อนำมาประยุกต์ใช้ทางการศึกษา ไว้ว่า

ประโยชน์ของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

1. สามารถกระตุ้นประสาท การรับรู้พร้อม ๆ กัน ทั้งการดู และการฟัง กระตุ้นความสนใจของผู้เรียนต่อบทเรียนมากยิ่งขึ้น
2. สามารถให้ข้อมูลจำนวนมากให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และถูกจัดเก็บไว้ในแผ่นซีดีรอม ซึ่งขนาดเล็ก และเก็บรักษาไว้ได้นาน
3. สามารถให้ข้อมูลย้อนกลับ และเกิดมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ ทำให้ผู้เรียนรู้สึกมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการเรียนรู้
4. การรับรู้ทั้งทางตาและหู ประกอบกับการมีปฏิสัมพันธ์ทำให้เกิดประสบการณ์ต่อผู้ใช้เป็นผลให้สามารถเรียนรู้และเข้าใจได้อย่างลึกซึ้ง

5. การผลิตและพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย มีความยืดหยุ่นสูงสามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาข้อมูลได้หลายครั้งโดยไม่เสียเวลา และค่าใช้จ่ายมาก ทำให้ผู้ผลิตและพัฒนาสามารถทดลองทำได้หลาย ๆ ครั้งเพื่อให้ได้สื่อที่มีคุณภาพดีขึ้น

6. ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และสร้างประสบการณ์ที่ดีทั้งด้านผู้ผลิตและผู้ใช้ประโยชน์จากบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

ข้อจำกัดของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

1. เสียค่าใช้จ่ายสูงในการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียทั้งทางด้านตัวเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ประกอบ และระบบนิพจน์บทเรียน

2. ต้องจัดเตรียมผู้เชี่ยวชาญหลายด้านร่วมระดมความคิด เพื่อออกแบบและพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ทั้งต้นหลักสูตร ด้านการเรียนการสอน ด้านสื่อการสอน ด้านการวัดและประเมินผล เป็นต้น

3. ปัญหาด้านเทคนิค เนื่องจากบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียนำเสนอผ่านจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งประกอบด้วยอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องหลายอย่าง การใช้งานจึงเกิดปัญหาขึ้นได้

4. การใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมากเกินไป จะเป็นการลดความสัมพันธ์ของเพื่อนร่วมชั้น หรือความสัมพันธ์กับผู้สอน ทำให้ปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อกันในทางสังคมจะลดน้อยลงไป อาจส่งผลให้เห็นความสำคัญของผู้สอนน้อยลง

บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียจะตอบสนองการรับรู้ทั้งในด้านกรกฎ การฟัง และการโต้ตอบกับผู้เรียน จึงสามารถกระตุ้นความสนใจของผู้เรียน ทำความเข้าใจต่อบทเรียนได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น และเกิดประสบการณ์ต่อผู้เรียนส่งผลต่อความสามารถในการเรียนรู้ แต่การเรียนรู้ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ต้องประกอบด้วยอุปกรณ์หลายอย่าง เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งผู้เรียนจะต้องมีความรู้เบื้องต้นในการใช้คอมพิวเตอร์เป็นสำคัญ

3.3 การนำบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมาใช้ในการศึกษา

การนำเอาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาเพื่อให้เกิดผลทางการเรียนการสอนไม่ว่าจะใช้สื่อมัลติมีเดียในรูปแบบใดก็ตามนั้น จะมีแนวทางในการประยุกต์ใช้ตามการสอนวิธีต่าง ๆ ดังนี้(สถาพร สาธุการ. 2548: ออนไลน์)

1. การฝึกทักษะ (Drill and practice) ส่วนมากเป็นการสอนให้ฝึกทักษะ หรือฝึกปฏิบัติให้ผู้เรียนทำซ้ำ ๆ เพื่อให้เกิดความชำนาญ โดยใช้ข้อดีของคอมพิวเตอร์ คือ สามารถประมวลผลซ้ำกันหลาย ๆ ครั้งได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

2. การสอนเสริม (Tutorial) ใช้สอนเสริมหลังการเรียนนอกเวลาที่ครูสอนผู้เรียนสามารถเลือกเรียนได้ตามความสามารถและทุกเวลาที่ต้องการ

3. การจำลองสภาพความเป็นจริง (Simulation) ในอดีตนิยมใช้ในวิชาคณิตศาสตร์ หรือด้านวิศวกรรมเพื่อแสดงผลการวิเคราะห์เป็นภาพกราฟิก ปัจจุบันความสามารถของซอฟต์แวร์โปรแกรมสามารถทำการจำลองภาพเพื่อศึกษาความรู้ทางวิทยาศาสตร์ด้านอื่นๆ มากขึ้น เพราะสามารถแสดงสภาพความเป็นจริงบางชนิดที่ไม่สามารถมองเห็นในชีวิตจริงได้ เช่น ปฏิกริยาเคมี การเปลี่ยนแปลงในระดับโมเลกุล ปฏิกริยาทางฟิสิกส์ เป็นต้น

4. เกมการศึกษา (Educational games) การใช้วิธีนี้ เริ่มแรกใช้ในการศึกษาระดับต้น ๆ เพราะเข้ากันได้กับธรรมชาติของเด็ก แต่ในปัจจุบันวิธีนี้ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาระดับที่สูงขึ้น เนื่องจากพบว่าเป็นวิธีที่มีความน่าสนใจสูง ผู้เรียนมีความสนุกในการเรียนทำให้ไม่เกิดความเบื่อหน่ายงานในการเรียน

5. การทดสอบ (Test) การทดสอบโดยใช้คอมพิวเตอร์มัลติมีเดียได้รับความนิยมมากขึ้น สามารถแบ่งเบาภาระของผู้สอนในการตรวจให้คะแนนหลังสอบ ซึ่งผู้เรียนและผู้สอนสามารถเรียกดูคะแนนได้ทันที และรู้ผลป้อนกลับได้สู่คำตอบที่ถูกต้องหรือบอกสิ่งที่ผิดพลาดให้ทราบ เป็นการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นในการเรียนและทดสอบ และสามารถป้องกันการทุจริตเพราะผู้เรียนไม่สามารถแก้ไขคะแนนได้

ลักษณะการเรียนการสอนในบทเรียนคอมพิวเตอร์สามารถดำเนินการสอนได้ ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งในลักษณะการสอนเนื้อหา การทบทวน การฝึกทักษะ เกม การทดสอบ หรือการจำลองสภาพความเป็นจริง โดยการเลือกรูปแบบการเรียนการสอนควรพิจารณาให้เหมาะสมกับเนื้อหา บทเรียนและวัตถุประสงค์ของการเรียน แล้วบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียยังสามารถให้คำชี้แนะ ฝึกฝนทักษะ และประเมินผลผู้เรียนได้ในทันที

3.4 โครงสร้างของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

การเรียนการสอนในเนื้อหาบทเรียนของแต่ละวิชานั้น จะมีรูปแบบแตกต่างกันไป ดังนั้นในบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียจะมีการนำเสนอบทเรียนในรูปแบบต่าง ๆ กันตามโครงสร้างที่กำหนดไว้ มนต์ชัย เทียนทอง (2545: 23-27) ได้สรุปถึงโครงสร้างต่าง ๆ ของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ดังนี้

1. แบบเชิงเส้น (Linear Type) โครงสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์แบบเชิงเส้น เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ง่ายที่สุดในการจัดการเฟรมเนื้อหา เฟรมคำถาม และเฟรมกิจกรรมแต่ละเฟรมจะเรียงตามลำดับตั้งแต่ต้นจนจบในลักษณะเชิงเส้น โดยไม่มีการกระโดดข้ามไปยังส่วนอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง บทเรียนคอมพิวเตอร์ที่มีโครงสร้างแบบนี้ จึงใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ใด ๆ จัดการก็ได้ นับตั้งแต่โปรแกรมประเภทนำเสนอข้อมูลจนถึงระบบนิพนธ์บทเรียน ข้อเสียของบทเรียนคอมพิวเตอร์แบบนี้ คือ ผู้เรียนจะจำเนื้อหาได้ง่ายเมื่อเรียนซ้ำ อีกครั้งหนึ่ง จึงทำให้เกิดความเบื่อหน่าย และไม่ตอบสนอง

ต่อความแตกต่างระหว่างบุคคลเท่าที่ควร อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าแบบเชิงเส้นจะเป็นโครงสร้างที่ง่าย แต่ก็เหมาะสำหรับนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็กเล็ก หรือเป็นบทเรียนเริ่มแรกสำหรับกลุ่มผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์มากนัก นอกจากนี้ ยังใช้ได้ผลดีกับเนื้อหาที่มีลักษณะคงที่หรือเป็นข้อมูลความจริง เนื่องจากการนำเสนอเนื้อหาประเภทนี้ ไม่ต้องการแง่มุมในการนำเสนอมากนัก

2. แบบสาขา (Branching Type) สำหรับโครงสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์แบบสาขา เป็นโครงสร้างที่ผู้เรียนมีอิสระในการเลือกทางเดินของบทเรียน การเปลี่ยนเส้นทางของบทเรียนขึ้นอยู่กับผลการปฏิสัมพันธ์ที่ผู้เรียนมีต่อบทเรียน ถ้าผู้เรียนตอบคำถามถูกหรือทำแบบทดสอบผ่านตามเกณฑ์ จะได้รับเนื้อหาแตกต่างจากผู้เรียนที่ไม่ประสบความสำเร็จในการตอบคำถามบทเรียนหรือไม่ผ่านการทดสอบ ลักษณะของโครงสร้างจึงแตกสาขาออกเป็นส่วนย่อย ๆ ตามความต้องการของผู้พัฒนา บทเรียนคอมพิวเตอร์ที่มีโครงสร้างแบบสาขาจึงสร้างได้ยากกว่าแบบเชิงเส้น แต่มีข้อดีก็คือ สามารถตอบสนองต่อความแตกต่างระหว่างบุคคลได้ดีกว่า

บทเรียนแบบสาขาแบ่งออกได้ 2 ชนิด ได้แก่ ชนิดสมบูรณ์ และชนิดไม่สมบูรณ์ ความแตกต่างระหว่างบทเรียนแบบสาขาทั้งสองชนิดอยู่ที่วิธีการจัดการเนื้อหา บทเรียน ชนิดสมบูรณ์จะมีเนื้อหาแต่ละเฟรมครบสมบูรณ์ ซึ่งเฟรมทั้งหมดจะถูกเชื่อมขนานกับเป็นบทเรียนตามที่ออกแบบไว้ ส่วนชนิดไม่สมบูรณ์ จะแบ่งเนื้อหาออกเป็นเฟรมหลักและเฟรมย่อย โดยที่เฟรมหลักจะบรรจุเนื้อหาส่วนที่สำคัญ ๆ ในขณะที่เฟรมย่อยบรรจุเนื้อหาส่วนขยายหรือรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง เฟรมหลักหนึ่งเฟรมอาจประกอบด้วยเฟรมย่อยหลายเฟรมก็ได้ หลังจากนั้นจึงนำมาเชื่อมกับเฟรมหลักโดยใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น ไฮเปอร์ลิงค์

ผังโครงสร้างแบบสาขาจึงเหมาะสำหรับนำเสนอเนื้อหาที่ซับซ้อนและยากต่อความเข้าใจ ที่มีแง่มุมในการนำเสนอที่หลากหลาย นอกจากนี้ ยังเหมาะสำหรับเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กัน เพื่อส่งเสริมความเข้าใจให้กับผู้เรียนด้วยวิธีต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม โครงสร้างแบบสาขาจัดว่าเป็นโครงสร้างที่เป็นธรรมชาติในการตอบสนองต่อการเรียนรู้แบบเอกัตบุคคล จึงสามารถใช้กับเนื้อหาได้ทุกระดับ

3. แบบลำดับขั้น (Hierarchical Type) โครงสร้างแบบนี้ มีลักษณะคล้ายกับรายการเมนูทางเลือก ที่แบ่งออกเป็นรายการหลักและรายการย่อย ลักษณะเป็นลำดับขั้นเหมือนรูปทรงปิรามิด ใช้กับเนื้อหาที่แบ่งเป็นหมวดหมู่และมีอิสระต่อกัน ความสัมพันธ์ของเนื้อหาแต่ละส่วนมีค่อนข้างน้อย สามารถเลือกเรียนส่วนใดส่วนหนึ่งก่อนก็ได้ โดยไม่มีผลถึงส่วนอื่น ๆ ที่เหลือ จัดว่าเป็นโครงสร้างที่ง่ายกว่าแบบสาขา สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนได้ดี ผู้เรียนจะเลือกเรียนส่วนใดส่วนหนึ่งก่อนก็ได้ หรือจะเลือกทำกิจกรรมใด ๆ ก่อนก็ได้ โดยไม่มีผลกระทบต่อบทเรียนบทเรียนคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาทั่ว ๆ ไป โดยไม่ระบุกลุ่มเป้าหมาย จึงมักจะยึดโครงสร้างแบบ

ลำดับชั้นเป็นหลักในการนำเสนอ อย่างไรก็ตามโครงสร้างแบบนี้ สามารถใช้ได้กับเนื้อหาตามหลักสูตรที่ไม่มีความสัมพันธ์กันมากนัก เพื่อให้ผู้เรียนมีอิสระในการเลือกเรียน

4. แบบผสม (Composite Type) โครงสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์แบบผสม มีลักษณะผสมผสานกันระหว่างโครงสร้างที่ 3 แบบดังกล่าวข้างต้น บทเรียนบางส่วนอาจนำเสนอในลักษณะเชิงเส้น กรณีที่เป็นเนื้อหาเชิงทฤษฎี บางส่วนอาจนำเสนอในแบบสาขา กรณีที่ต้องการสร้างเสริมโอกาสให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับบทเรียน และบางส่วนอาจนำเสนอในแบบลำดับชั้น กรณีที่เป็นรายการทางเลือก ทั้งนี้ เพื่อประยุกต์ใช้จุดเด่นของโครงสร้างแต่ละรูปแบบ โดยพิจารณาถึงเป้าหมายในการพัฒนาบทเรียนเป็นหลักว่าส่วนใดจะใช้โครงสร้างแบบใด โครงสร้างแบบผสมจึงไม่มีรูปแบบตายตัว เกณฑ์การพิจารณาเลือกแบบของโครงสร้างบทเรียนเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ จึงอยู่ที่ลักษณะเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายที่ใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์เป็นสำคัญมากกว่าประเด็นอื่น ๆ

โครงสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย นั้น มีรูปแบบหลักอยู่ 3 รูปแบบ คือแบบเส้นตรงแบบสาขา และแบบลำดับชั้น และการผสมผสานทั้ง 3 รูปแบบในโครงสร้างเดียวกัน เรียกว่า แบบผสม ซึ่งการกำหนดโครงสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียจะขึ้นอยู่กับรูปแบบ การเขียนการสอน เนื้อหาของบทเรียนในวิชานั้น วัตถุประสงค์ในการเรียน หรือลักษณะของผู้เรียนด้วย

3.5 ขั้นตอนการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

กระบวนการในการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย นั้น โดยทั่วไปจะมี ขั้นตอนตามที่ พรเทพ เมืองแมน (2544: 46-48) ได้สรุปขั้นตอนไว้ โดยศึกษาจากนักวิชาการหลาย ๆ ท่าน ขั้นตอนการพัฒนาของแต่ละท่านจะแตกต่างกันไปในรายละเอียด แต่ในส่วนสำคัญของหลักการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ที่คล้ายคลึงกันจะมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน

ในการวางแผนเพื่อผลิตบทเรียนคอมพิวเตอร์นั้น มีส่วนต้องนำมาพิจารณา 3 ประการ คือ

1. การวิเคราะห์หลักสูตร เนื้อหา และผู้เรียน เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงสร้างเนื้อหา วัตถุประสงค์ของบทเรียน และความต้องการของผู้เรียน

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของบทเรียน เป็นการระบุสิ่งที่คาดหวังว่าผู้เรียนจะได้รับหลังจากการเรียนรู้บทเรียน

3. การกำหนดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับลักษณะของเนื้อหาบทเรียน และความรู้หรือทักษะที่ต้องการจะเกิดขึ้นแก่ผู้เรียน

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบบทเรียน

หลังจากที่ได้ศึกษาและวิเคราะห์หลักสูตร เนื้อหา และผู้เรียน และได้กำหนดวัตถุประสงค์ รวมทั้งกิจกรรมการเรียนรู้แล้ว จึงนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบบทเรียน ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. การออกแบบบทเรียนขั้นแรก โดยการจัดแบ่งเนื้อหาของบทเรียนออกเป็นหน่วยย่อย ๆ และจัดลำดับของเนื้อหา เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการเรียนรู้ตามธรรมชาติของเนื้อหาบทเรียน แล้วจึงกำหนดเป็นโครงสร้างของบทเรียน

2. การสร้างสตอรี่บอร์ด เป็นขั้นตอนการออกแบบการนำเสนอเนื้อหาทั้งที่เป็นข้อความ กราฟฟิก ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง โดยการออกแบบลักษณะของจอภาพที่ผู้เรียนจะได้เห็น บนหน้าจอคอมพิวเตอร์ เพียงแต่สตอรี่บอร์ดเป็นการออกแบบลงบนกระดาษ ซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับการสร้างสตอรี่บอร์ดสำหรับการผลิตสไลด์หรือโทรทัศน์นั่นเอง

3. การเขียนผังงาน โดยการเขียนผังแสดงความสัมพันธ์ของเนื้อหาบทเรียน กิจกรรม การฝึก การประเมินผลการเรียนรู้ ฯลฯ เพื่อแสดงให้เห็นโครงสร้าง รวมทั้งความสัมพันธ์ของกิจกรรมที่ต้องนำเสนอในบทเรียน เป็นการอธิบายลำดับขั้นตอนการทำงานของโปรแกรม

ขั้นตอนที่3 การสร้างบทเรียน

เป็นขั้นตอนของการดำเนินการสร้างบทเรียน โดยการแปลงบทหรือสตอรี่บอร์ดให้เป็นบทเรียนที่จะสามารถนำไปใช้ได้จริง โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การสร้างบทเรียน โดยใช้ภาษาหรือโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีให้เลือกหลายโปรแกรม เช่น Authorware, Multimedia Toolbook หรือ Director เป็นต้น

2. การผลิตเอกสารประกอบบทเรียน เอกสารประกอบบทเรียนเป็นสิ่งจำเป็น เพราะจะเป็นการช่วยให้ผู้สอนหรือผู้เรียนสามารถนำบทเรียนไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเอกสารจะเป็นลักษณะของคำแนะนำการใช้บทเรียน คู่มือสำหรับผู้สอน คู่มือสำหรับผู้เรียน ใบงานหรือแบบฝึกหัด เป็นต้น เพื่อให้การใช้บทเรียนเกิดประสิทธิผลสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่4 การประเมินและแก้ไขบทเรียน

จะกระทำขึ้นเมื่อต้องการทราบประสิทธิภาพของบทเรียนที่ได้จัดทำขึ้น ก่อนนำไปใช้งาน การประเมินบทเรียนคอมพิวเตอร์นั้น ต้องมีการกระทำทั้งในรูปแบบของการประเมินระหว่างบทเรียน และการประเมินเมื่อสรุปรวบยอด เพื่อเผยแพร่ในวงกว้างหรือการตีพิมพ์

ในการประเมินระหว่างบทเรียนนั้น ควรเริ่มตั้งแต่ในระหว่างที่กำลังดำเนินการเขียนโครงร่างของเนื้อหาบทเรียน ออกแบบแนวการสอน สร้างบทฉบับร่าง โดยขอความร่วมมือจากผู้ที่ชำนาญด้านเนื้อหา ด้านการผลิตบทเรียนมาให้ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ซึ่งอาจจะทำอย่างไม่เป็นทางการ แต่จะให้ผลดีอย่างมากต่อการสร้างบทเรียนที่มีคุณภาพ หลังจากการแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

ของผู้ทรงคุณวุฒิข้างต้นแล้ว ก็ต้องมีการทดลองใช้กับตัวอย่างประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะต้องเลือกสรรให้เป็นตัวแทนที่ดี กล่าวคือ มีผู้เรียนทั้งในกลุ่มเก่ง ปานกลาง และอ่อน มีทั้งเพศหญิงและชาย เป็นต้น การสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน ในขณะที่กำลังใช้บทเรียนก็เป็นสิ่งที่ควรกระทำ อีกทั้งข้อมูลย้อนกลับจากผู้เรียน ทั้งในแง่ผลสัมฤทธิ์ และเจตคติต่อบทเรียน จะต้องนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาบทเรียนก่อนจะนำไปเผยแพร่แก่สาธารณชน

การออกแบบและสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียให้มีคุณภาพ ควรจะดำเนินการสร้างและพัฒนาตามขั้นตอนเพื่อให้ได้บทเรียนที่มีประสิทธิภาพ จากนั้นควรผ่านการประเมินจากผู้ชำนาญเฉพาะเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง แล้วควรดำเนินการทดลองใช้เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียให้สมบูรณ์พร้อมเผยแพร่

4. หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing communication)

4.1 แผนการสอนรายวิชา (Course Syllabus) ในรายวิชา

1. รหัสวิชา : 0230534
2. จำนวนหน่วยกิต : 3 (3-0) หน่วยกิต
3. ชื่อวิชา : การสื่อสารการตลาด (Marketing communication)
4. ชื่อผู้สอน : อาจารย์ประจำ อ. ไรวินทร์ มาสำราญ
5. เงื่อนไข รายวิชา :
 - 5.1 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 0220210 หลักการตลาด (เฉพาะรหัส 0240507)
 - 5.2 สถานภาพของวิชา : หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอก
6. จำนวนชั่วโมงที่สอน/สัปดาห์ : 3 ชม. / สัปดาห์ วันพฤหัสบดี 12.00 -15.00 น.
7. เนื้อหารายวิชา (Course Description):

ศึกษาบทบาทและความสำคัญของการสื่อสารการตลาด กระบวนการสื่อสาร เครื่องมือการสื่อสารการตลาด วิธีการและสื่อที่ต้องใช้ในกระบวนการสื่อสารการตลาด การวางแผนเพื่อการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication : IMC) การกำหนดงบประมาณ การควบคุมและประเมินผลการสื่อสารทางการตลาด

8. การประมวลผลการเรียนรายวิชา:

8.1 วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

เพื่อให้ นักศึกษามีเข้าใจถึงลักษณะของการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน

เพื่อให้ นักศึกษาทราบถึงบทบาทของการสื่อสารการตลาด และเครื่องมือการสื่อสารการตลาด

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในการวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน และสามารถนำเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานมาประยุกต์ใช้ได้ อย่างเหมาะสม

เพื่อให้ นักศึกษาสามารถฝึกปฏิบัติการจัดกิจกรรมทางการตลาด Event Marketing

8.2 เนื้อหาวิชารายสัปดาห์(Course Outline):

- ครั้งที่1 เรื่องการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (ภาคทฤษฎี)
- ครั้งที่2 เรื่องการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (ภาคปฏิบัติ)
- ครั้งที่ 3 เรื่องกระบวนการสื่อสารการตลาด
- ครั้งที่4 เรื่องการสร้างตราสินค้า
- ครั้งที่5 เรื่องการสื่อสารตราสินค้า
- ครั้งที่6 เรื่องความหมาย ความสำคัญ และลักษณะของการโฆษณา
- ครั้งที่7 เรื่ององค์การการโฆษณา
- ครั้งที่8 เรื่องเครื่องมือการโฆษณา Midterm Examination
- ครั้งที่9 เรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์ และการนำเสนองานโฆษณา
- ครั้งที่10 เรื่อง Media Plan , นำเสนอ Story board
Workshop : IMC Plan
- ครั้งที่11 เรื่องกลยุทธ์การจัด Event Marketing
Workshop : IMC Plan
- ครั้งที่12 เรื่องกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย
Workshop : IMC Plan
- ครั้งที่13 เรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์
Workshop : IMC Plan
- ครั้งที่14 เรื่องกลยุทธ์การตลาดทางตรง
Workshop : IMC Plan
- ครั้งที่15 เรื่องPresentation
Final Examination

8.3 วิธีการเรียนการสอน

แบบบรรยาย

แบบรายงานเชิงปฏิบัติ

แบบกรณีศึกษา

8.4 สื่อการสอน

Computer , LCD, PowerPoint Slides, Video Tape และเอกสาร

ประกอบการบรรยาย

8.5 การวัดผลการเรียน

1) คะแนนเก็บตลอดภาค	25%
งานเดี่ยว	
การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	4%
การวิเคราะห์เครื่องมือการสื่อสารการตลาด	3%
แผนการสื่อสารการตลาด	6%
งานกลุ่ม	
การจัดทำสื่อ	4%
การจัด Event Marketing	8%
2) สอบกลางภาค	25 %
3) สอบปลายภาค	50 %

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยและการศึกษาอิสระที่เกี่ยวข้องกับการสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย มีดังนี้

5.1 งานวิจัยภายในประเทศ

จรรยา กะภูทิน (2544) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคงทนในการเรียนรู้เรื่องตัวเรา วิชากลุ่มสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตของนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 5 ที่เรียนโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ผลการศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนการทดสอบก่อนเรียน เพราะบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเป็นสื่อการเรียนการสอนที่ได้รับการสร้างขึ้นอย่างมีระบบมีความแปลกใหม่สำหรับนักเรียน นักเรียนมีการโต้ตอบกับบทเรียน ทำให้ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายและให้ข้อเสนอแนะเรื่องของการออกแบบรูปแบบต่างๆ ควรให้อยู่ในตำแหน่งคงที่ การให้ผลป้อนกลับควรบอกให้ผู้เรียนทราบว่าตอบผิดหรือถูกและผลป้อนกลับที่ค่อนข้างจะมีประสิทธิผลคือผลป้อนกลับที่เป็นรูปภาพ หรือภาพนิ่ง อหาในบทเรียนที่น่าเสนอเป็นคำอ่านในแต่ละกรอบไม่ควรมีมากเกินไป และในการเสนอเนื้อหาที่ยากและซับซ้อนให้เน้นส่วนของข้อความซึ่งอาจเป็นการตีกรอบหรือการกระพริบ ในขั้นตอนการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือได้มีการปรับปรุงแก้ไข

ดังนั้นผลป้อนกลับที่แสดงเมื่อตอบถูกใช้ภาพเคลื่อนไหว โดยเพิ่มเสียงเพลงประกอบภาพ รวมทั้งเพิ่มเสียงว่า “เก่งมากคะ” เพื่อเป็นการเสริมแรงให้กับผู้เรียนในกรอบแสดงผลป้อนกลับเมื่อตอบผิดได้เพิ่มเสียงว่า “กลับไปทบทวนใหม่คะ” เพื่อเพิ่มความชัดเจนให้นักเรียนทราบว่าตนตอบผิดแล้วให้เนื้อหาซ้ำๆ ในกรอบเนื้อหาที่เรียนซ้ำๆ เลือกให้ผู้เรียนทบทวนเฉพาะส่วนที่สำคัญ เพื่อให้การอธิบายคำถามในรูปแบบฝึกหัดเกิดความเข้าใจและกระตุ้นเปลี่ยนภาพเคลื่อนไหวกรอบแสดงผลให้หลากหลาย เพื่อสร้างความสนใจให้มากยิ่งขึ้น เพิ่มเสียงดนตรีประกอบในกรอบคำชี้แจงเพิ่มตัวอักษรประกอบเมื่อนำเมาส์ไปวางที่ปุ่ม 'มควมคุมในกรอบคำชี้แจงและกรอบเนื้อหา' จนกระทั่งให้ข้อเสนอนี้ ดังนี้

1) การบันทึกเวลาในการเรียนแต่ละกรอบ และบันทึกการโต้ตอบของผู้เรียนกับบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ออกแบบสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์หรือใช้เพื่อปรับปรุง ดังนั้น ผู้ออกแบบจึงควรมีการบันทึกโดยละเอียดเพื่อตรวจสอบได้ง่าย

2) ควรออกแบบปุ่ม 'ม' ต่างๆ ที่จะให้ผู้เรียนโต้ตอบกับบทเรียนให้มีความคงที่เพื่อความสะดวกและผู้ใช้ไม่สับสน

3) ควรแสดงคำถาม คำตอบและผลป้อนกลับในกรอบเดียวกัน และหลีกเลี่ยงการให้ผลป้อนกลับที่ตื่นตาหากผู้ใช้เรียนตอบผิด

4) ควรมีแบบทดสอบหลังเรียนอยู่ในช่วงท้ายของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เพื่อให้ผู้เรียนได้ทดสอบตนเอง รวมทั้งควรแจ้งผลการประเมินการเรียนรู้ให้ผู้เรียนรับทราบนอกจากนี้แบบทดสอบตนเอง รวมทั้งควรแจ้งผลการประเมินการเรียนรู้ให้ผู้เรียนรับทราบนอกจากนี้แบบทดสอบยังมีผลต่อการจำระยะยาวของผู้เรียนด้วยข้อสอบจึงควรเรียงลำดับตามจุดประสงค์

5) ในการเสนอเนื้อหาที่ยากและซับซ้อนให้เน้นในส่วนข้อความสำคัญเช่นขีดเส้นใต้ ติกรอบการใช้สี หรือชี้แนะด้วยคำพูด เป็นต้น 6) ควรใช้ภาพเคลื่อนไหวในการนำเสนอเนื้อหาที่ยากและซับซ้อนหรือเนื้อหาที่มีการเปลี่ยนแปลง

ทรงสุตา ไสภาจารย์ (2544) ได้ผลิตบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง อินเทอร์เน็ตเบื้องต้น สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ พบว่า บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียแบบการสอนที่ผลิตขึ้นมีประสิทธิภาพซึ่งเห็นได้จากคะแนนทดสอบหลังเรียน และได้ให้ข้อเสนอแนะเรื่องการออกแบบบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียว่าควรคำนึงถึงระดับขั้นของผู้เรียนและความยากง่ายของเนื้อหาการใช้การ์ตูนเป็นตัวนำเสนอ นั้นควรมีการกำหนดโทนเสียงอัตราความเร็วและลีลาของเสียงให้แตกต่างกันตามลักษณะของตัวการ์ตูนและควรใช้ภาพเคลื่อนไหวที่ใช้หน่วยความจำน้อย เช่น GifAnimation ในเรื่อง การแสดงผลป้อนกลับ ภาพที่ใช้ควรมีความหลากหลายและมีเสียงดนตรีประกอบเพื่อสร้างความสนใจให้ผู้เรียนเกิดความสนุกสนาน

ภูวนิตย์ เดือนนิล (2544) ได้ทำการศึกษาอิสระ ผลิตบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาภาษาอังกฤษ เรื่องArticle สำหรับนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่5 โรงเรียนอนุบาลอุดรธานี จากการหาประสิทธิภาพของบทเรียนตามขั้น ตอนต่างๆ นั้นได้นำไปสู่การปรับปรุงหาเรียนโดยเพิ่มคำเฉลยในผลป้อนกลับเมื่อนักเรียนตอบถูกเพื่อเพิ่มความคงทนในการจำ ลดเวลาของข้อมูลป้อนกลับให้น้อยลงเพื่อการแสดงผลป้อนกลับให้เร็วขึ้นแก้ไขการบันทึกรหัสและชื่อผู้เรียนให้ใช้ได้ในระบบNetwork หลังจากได้ปรับปรุงบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียแล้วนำไปทดลองภาคสนามพบว่านักเรียนทำแบบทดสอบหลังเรียนคิดเป็นร้อยละ 66.03

ศิริวรรณ ลี กิจเจริญผล(2544) ได้ทำการศึกษาอิสระ ผลิตบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียวิชาภาษาอังกฤษ เรื่องการเติม -ing สำหรับนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่5 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ นักเรียนประถมปีที่5 โรงเรียนอนุบาลอุดรธานี จากการหาประสิทธิภาพของบทเรียนตามขั้น ตอนต่างๆพบว่า จะต้องปรับปรุงแก้ไขบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียดังนี้ คือเปลี่ยนภาพในการสื่อสารความหมายในบางกรอบ ปรับภาพวิดีโอให้มีขนาดเล็กลง ตั้งค่าตัวแปรในการบันทึกเวลาในการเข้าออกใหม่ ปรับสีตัวอักษร ปรับปรุงขนาดของตัวอักษรให้ใหญ่ขึ้น หลังจากได้ปรับปรุงบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียแล้วนำไปทดลองภาคสนามพบว่านักเรียนทำแบบทดสอบหลังเรียนคิดเป็นร้อยละ 54.65 เพิ่มขึ้นจากคะแนนทดสอบก่อนเรียนคิดเป็นร้อยละ24.80

อาภาภรณ์ สุขราช (2540) ได้ทำการศึกษาอิสระ สร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาเทคโนโลยีการศึกษา เรื่องเทคโนโลยีการสื่อสาร สำหรับนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ นาวุศัลป์ชั้น นสูงปีที่1 จากการหาประสิทธิภาพของบทเรียนตามขั้น ตอนต่างๆ พบว่า การทดลองแบบหนึ่งต่อหนึ่ง จะต้องปรับปรุงแก้ไขบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียดังนี้ คือ ปรับปรุงส่วนที่เป็นเนื้อหาที่อธิบายไม่ชัดเจน แก้ไขคำผิดในบทเรียน เพิ่มจำนวนเฟรมโดยแยกเนื้อหาจากเฟรมที่มีเนื้อหาหายากเกินไป ปรับเปลี่ยนสีพื้น สีตัวอักษรให้มีความเหมาะสมเพิ่มภาพประกอบ ให้มีภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหาในบทเรียนหลังจากการปรับปรุงแล้วการทดลองแบบกลุ่มเล็กพบว่าสิ่งที่ต้องปรับปรุงบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียแล้ว นำไปทดลองภาคสนามพบว่าผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาดีขึ้น และจากการทดลองหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้

5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

คาเตอร์ (Carter 1999) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลของการใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียแก่นักเรียนมัธยมปลาย ในเรื่องการศึกษาเกี่ยวกับอาชีพ โดยการแบ่งวิธีการสอนเป็น 2 วิธี คือ การสอนโดยใช้โปรแกรมการฝึกด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียและการสอนแบบเดิมที่ใช้มานาน ผลที่ได้ให้ข้อคิดว่าการสอนโดยใช้โปรแกรมการฝึกด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียได้ผลดีกว่าการสอน

แบบเดิมที่ใช้มานาน ซึ่งจากการวิจัยครั้งนี้ ได้ผลทำนองเดียวกับการวิจัยบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียและทฤษฎีสันับสนุนที่ว่า บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเป็นเครื่องมือที่เป็นประโยชน์สำหรับการสอน

ฮอลลาเวย์ (Hollaway 1998) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลของประโยชน์การเรียนรู้ที่แท้จริงในวิชาคณิตศาสตร์ โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ซึ่งผู้วิจัยได้ลงความเห็นว่างบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเป็นประโยชน์ต่อหลักสูตรคณิตศาสตร์และการจัดเตรียมสื่อ สำหรับการพัฒนาการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียน

ลิน (Lin 1997) ได้ศึกษาผลกระทบของสี พบว่าสีที่มีผลต่อการออกแบบบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย สรุปได้ว่าสีพื้นหลังสีม่วงใช้มากกว่าสีแดงแต่ไม่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจและความสว่างของอักษรไม่มีผลกระทบต่อความชอบ ต่ออารมณ์ ต่อความคิด ส่วนสีของอักษร มีผลกระทบต่ออารมณ์ การรับรู้ แต่ไม่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจ

ชิสุ (Shisu 1990) ได้สังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้ภาพ การออกแบบกราฟิกในบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย พบว่าความสามารถในการรับรู้ และการแปลภาพ (Virtual Literacy) เป็นทักษะพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการเข้าใจมาด้วย ซึ่งจะต้องสัมพันธ์กับลักษณะเฉพาะของสิ่งนั้นๆ ก่อน ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำมาใช้ในการออกแบบ และพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย คือ คำนึงถึงขีดจำกัดและแนวโน้มในการแปลความหมายของภาพตำแหน่งการจัดภาพบนหน้าจอผลของการใช้สีและการรับรู้เกี่ยวกับภาพประกอบนั้น

จากเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่าการใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมีประโยชน์ต่อผู้เรียนและครูผู้สอนอย่างมากมาช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ตามความสามารถของตนเองที่ละขั้นตอนจนกว่าจะบรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้จนกว่าจะเข้าใจลดภาระในการสอนของครูผู้สอนและทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่าไม่ว่าจะเป็นในด้านของรูปแบบการให้ผลย้อนกลับหรือเจตคติที่ดีต่อการใช้คอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ดังนั้นหากนำคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา มาใช้กับผู้เรียน น่าจะมีผลต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างแน่นอน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ระยะเวลาที่ใช้ในการทดลอง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. ขั้นตอนในการพัฒนาและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากร ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด ชั้นปีที่ 2 จำนวน 3 ห้อง มีนักศึกษารวม 80 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด ชั้นปีที่ 2 ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน โดยการสุ่มกลุ่มทดลองเป็น 3 กลุ่ม เพื่อหาประสิทธิภาพตามขั้นตอนต่าง ๆ คือ

1. สุ่มนักศึกษามา 1 ห้องเรียน แล้วจับสลากนักศึกษามาจำนวน 3 คน เพื่อใช้ในการทดลองครั้งที่ 1
2. สุ่มนักศึกษามา 1 ห้องเรียน จากนักศึกษาที่เหลือ 3 ห้องเรียน แล้วจับสลากนักศึกษามาจำนวน 15 คน เพื่อใช้ในการทดลองครั้งที่ 2
3. สุ่มนักศึกษามาจำนวน 30 คน จากนักศึกษาห้องเรียนที่เหลือ เพื่อใช้ในการทดลองครั้งที่ 3

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. บทเรียนคอมพิวเตอร์บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา

2. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนองานโฆษณา
3. แบบประเมินคุณภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสร้างและพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนองานโฆษณา

1.1 การวิเคราะห์หลักสูตร เนื้อหา และผู้เรียน บทเรียนคอมพิวเตอร์บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนองานโฆษณา จำนวน 3 คาบเรียนในภาคเรียนที่ 2 ซึ่งผู้วิจัยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 บทดังนี้

บทที่ 1 เทคนิคการสร้างสรรคงานโฆษณา

- ความรู้เบื้องต้นของการโฆษณา
- การสร้างสรรคงานโฆษณา
- ส่วนประกอบของการสร้างสรรค
- สิ่งที่ต้องกำหนดในการสร้างสรรคงานโฆษณา

บทที่ 2 เทคนิคการนำเสนองานโฆษณา

- เทคนิคการนำเสนองานโฆษณา
- การสร้างความยอดเยี่ยมให้กับงานโฆษณา
- เทคนิคการผลิตงานโฆษณาให้มีราคาถูกแต่มีคุณภาพ

ผู้เรียน เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซียชั้นปีที่ 2 คณะบริหารธุรกิจ สาขา

การตลาด

1.2 การกำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

- เพื่อให้นักศึกษามีเข้าใจถึงลักษณะของการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน
- เพื่อให้นักศึกษาทราบถึงบทบาทของการสื่อสารการตลาด และเครื่องมือการสื่อสาร

การตลาด

- เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน และสามารถนำเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานมาประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม

1.3 การกำหนดกิจกรรมการเรียนรู้ กิจกรรมของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ประกอบด้วยแบบฝึกหัดระหว่างการเรียนรู้ในแต่ละบท จำนวนบทละ 10 ข้อ รวม 20 ข้อ และแบบทดสอบหลังเรียนแต่ละบท จำนวนบทละ 20 จำนวน 40 ข้อ

1.4 การออกแบบบทเรียนขั้นแรก เนื้อหาของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเรื่อง การสร้างสรรค์งานโฆษณาและเทคนิคการนำเสนองานโฆษณาโดยมีโครงสร้างของบทเรียน แบบผสม ประกอบด้วย รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง โดยได้นำเนื้อหาบทเรียนที่คัดเลือกไว้แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาตรวจสอบความถูกต้อง

1.5 ศึกษาหลักการ วิธีการ และรายละเอียดเกี่ยวกับการออกแบบและสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

1.6 การเขียน Storyboard

1.7 การเขียนบท (Script)

1.8 แล้วนำบท Script ที่ออกแบบเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี เพื่อตรวจสอบความถูกต้องทั้งด้านรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการ จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม

1.9 การสร้างบทเรียน นำ Storyboard ที่ผ่านการปรับปรุงแล้วมาสร้างเป็นบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย โดยใช้โปรแกรม Macromedia Authorware 7.0 ร่วมกับโปรแกรม Adobe Illustrator 10, Adobe Photoshop CS3, Sony Vegas 7 , SWiSH Max2 และ Nero Express ภายใต้ระบบปฏิบัติการ Microsoft Window 7 Ultimate 64bit

1.10 ทดสอบการทำงานของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย และบันทึกข้อมูลลงแผ่นซีดีรอม

1.11 นำบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียที่สร้างเสร็จแล้ว ไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี 3 ท่าน เพื่อพิจารณา ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และประเมินคุณภาพของบทเรียน โดยใช้แบบประเมินคุณภาพที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จากนั้นนำคำแนะนำและข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม เพื่อนำไปใช้ดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

2. การสร้างและหาคุณภาพของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

2.1 ศึกษาหลักสูตร เนื้อหา เรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา

2.2 ศึกษาการสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

2.3 วิเคราะห์เนื้อหาและผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

2.4 สร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแบบปรนัย 5 ตัวเลือก ให้สอดคล้องกับเนื้อหา และผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง จำนวน 80 ข้อ โดยแบ่งเป็นเรื่องที่ 1 จำนวน 40 ข้อ และเรื่องที่ 2 จำนวน 40 ข้อ แล้วนำข้อสอบที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาตรวจสอบความถูกต้อง และปรับปรุงแก้ไข

2.5 นำแบบทดสอบไปทดสอบกับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2552 มหาวิทยาลัยอีสต์เทิร์นเอเชีย สาขาการตลาด จำนวน 70 คน ที่เคยเรียนเนื้อหา นี้ มาแล้ว

2.6 นำผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความยากง่าย (p) และค่าอำนาจจำแนก (r) (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ. 2538: 184 - 187) คัดเลือกข้อที่มีความยากง่าย ตั้งแต่ 0.20 - 0.80 และค่าอำนาจจำแนก ตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป เป็นรายข้อ จำนวน 40 ข้อ เรื่องที่ 1 จำนวน 20 ข้อ และ เรื่องที่ 2 จำนวน 20 ข้อ ได้ค่าความยากง่าย (p) อยู่ระหว่าง 0.21 - 0.73 และค่าอำนาจจำแนก (r) 0.25 - 0.58

2.7 นำแบบทดสอบมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช Cronbach's Coefficient Alpha (ล้วน สายยศ ;และอังคณา สายยศ. 2538: 200) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเป็น 0.89

ตาราง 1 คุณภาพของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

เรื่อง	จำนวนข้อ	ค่าความยากง่าย	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
1	20	0.21 - 0.71	0.25 - 0.55	0.83
2	20	0.21 - 0.73	0.27 - 0.58	0.82
รวม	40	0.21 - 0.73	0.25 - 0.58	0.89

3. การสร้างแบบประเมินคุณภาพของบทเรียนมัลติมีเดียด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยี

3.1 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบประเมินเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2 วิเคราะห์โครงสร้างและคุณลักษณะ ที่จะประเมินของเนื้อหาและบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เพื่อให้ทราบว่าจะต้องประเมินในเรื่องใดบ้าง ทั้งทางด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยี

3.3 สร้างแบบประเมินบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียสำหรับผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้แบบประเมินจำนวน 2 ชุด คือ แบบประเมินคุณภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และแบบประเมินคุณภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ซึ่งแบบประเมินทั้ง 2 ชุดมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยการกำหนดความหมายของคะแนนของตัวเลือกในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มีคุณภาพระดับดีมาก

คะแนน 4 หมายถึง มีคุณภาพระดับดี

คะแนน 3 หมายถึง มีคุณภาพระดับปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ต้องปรับปรุง

คะแนน 1 หมายถึง ใช้ไม่ได้

3.4 นำแบบประเมินที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบเพื่อปรับปรุงแก้ไข

3.5 นำแบบประเมินที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ประเมินคุณภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น

3.6 นำผลจากการประเมินมาพิจารณาค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ข้อมูลของผลประเมิน ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย ตั้งแต่ 4.51-5.00 หมายถึง มีคุณภาพระดับดีมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย ตั้งแต่ 3.51-4.50 หมายถึง มีคุณภาพระดับดี

ค่าคะแนนเฉลี่ย ตั้งแต่ 2.51-3.50 หมายถึง มีคุณภาพระดับปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย ตั้งแต่ 1.51-2.50 หมายถึง ต้องปรับปรุง

ค่าคะแนนเฉลี่ย ตั้งแต่ 1.00-1.50 หมายถึง ใช้ไม่ได้

เกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียที่สร้างขึ้นต้องมีค่าเฉลี่ยของ ผลการประเมินตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป

การดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล

การทดลองเพื่อหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ มีดังนี้

ระยะเวลาที่ใช้ในการทดลอง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2552 โดยใช้เวลาที่ศึกษาบทเรียน คอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเป็นระยะเวลา จำนวน 3 คาบเรียน รวมเวลา 3 ชั่วโมง ดังนี้

การทดลองครั้งที่ 1 นำการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา ที่สร้างขึ้น ไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 คน โดยเรียน 1 คนต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง นักศึกษา สามารถเลือกเรียนเนื้อหาที่ตนเองสนใจได้อย่างอิสระขณะที่เรียนในแต่ละบท นักศึกษาจะทำ แบบฝึกหัดของเนื้อหาแต่ละเรื่องจะหว่างการเรียนควบคู่ไปด้วยจนจบ ผู้วิจัยจะสังเกตตลอดการทดลอง และสอบถามถึงปัญหาของการนำเสนอบทเรียน เพื่อหาข้อบกพร่องและนำมาปรับปรุงแก้ไข

การทดลองครั้งที่ 2 นำการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน โดยเรียน 1 คนต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง โดยนักศึกษสามารถเลือกเรียนเนื้อหา

ที่ตนเองสนใจได้อย่างอิสระ ขณะที่เรียนในแต่ละบท นักศึกษาจะทำแบบฝึกหัดของเนื้อหาแต่ละเรื่องระหว่างการเรียนควบคู่ไปด้วยจนจบ 1 บท จากนั้น นักศึกษาจะทำแบบทดสอบของบทเรียนที่ได้เรียนทันที ก่อนที่จะเข้าสู่บทเรียนอื่นต่อไป ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้จากการทำแบบฝึกหัดระหว่างเรียนและแบบทดสอบหลังเรียนของแต่ละบท มาหาแนวโน้มประสิทธิภาพของบทเรียนมัลติมีเดียตามเกณฑ์มาตรฐาน 90/90 และนำผลข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขบทเรียนให้ถูกต้องเหมาะสม ก่อนนำทดลองครั้งที่3

การทดลองครั้งที่3 นำบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน30 คน โดยเรียน 1 คนต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 โดยนักศึกษสามารถเลือกเรียนเนื้อหาที่ตนเองสนใจได้อย่างอิสระ ขณะที่เรียนในแต่ละบท นักศึกษาจะทำแบบฝึกหัดของเนื้อหาแต่ละเรื่องระหว่างการเรียนควบคู่ไปด้วยจนจบ 1 บท จากนั้น นักศึกษาจะทำแบบทดสอบของบทเรียนที่ได้เรียนทันที ก่อนที่จะเข้าสู่บทเรียนอื่นต่อไป ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้จากการทำแบบฝึกหัดระหว่างเรียนและแบบทดสอบหลังเรียนของแต่ละบท มาหาประสิทธิภาพของบทเรียนมัลติมีเดียตามเกณฑ์มาตรฐาน 90/90

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย
2. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ได้แก่
 - 2.1 หาค่าระดับความยากง่าย (p) ของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้สูตร ส่วน (ส่วน ส่ายยศและอังคณา ส่ายยศ. 2538)
 - 2.2 หาค่าอำนาจจำแนก (r) ของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้item - total Correlation (ส่วน ส่ายยศ ;และอังคณา ส่ายยศ. 2538)
 - 2.3 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชCronbach's Coefficient Alpha (ส่วน ส่ายยศ ;และ อังคณา ส่ายยศ. 2538)
3. สถิติที่ใช้ในการหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย โดยใช้สูตร E_1/E_2 (เสาวณีย์ ลิกขาบัณฑิต. 2528 : 294-295)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ จุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนองานโฆษณา เพื่อนำมาใช้ในการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่2 สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ซึ่งจัดทำตามลำดับขั้น ขั้นตอนของการวิจัยและพัฒนา ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดการใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังนี้

M	แทน	คะแนนเฉลี่ย
E ₁	แทน	ร้อยละของคะแนนเฉลี่ยของการทำแบบฝึกหัดระหว่างเรียน
E ₂	แทน	ร้อยละของคะแนนเฉลี่ยของการทำแบบทดสอบหลังเรียน
A	แทน	คะแนนเต็มของแบบฝึกหัดระหว่างเรียน
B	แทน	คะแนนเต็มของแบบทดสอบหลังเรียน

บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนองานโฆษณา

สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่2 เป็นบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียแบบเรียนเป็นรายบุคคล โดยในบทเรียนรวมนี้ อหามี2 บท ดังนี้

บทที่ 1 การสร้างสรรคงานโฆษณา

- ความรู้เบื้องต้นของการโฆษณา
- การสร้างสรรคงานโฆษณา
- ส่วนประสมของการสร้างสรรค
- สิ่งที่ต้องกำหนดในการสร้างสรรคงานโฆษณา

บทที่ 2 เทคนิคการนำเสนองานโฆษณา

- เทคนิคการนำเสนองานโฆษณา
- การสร้างความยอดเยี่ยมให้กับงานโฆษณา
- เทคนิคการผลิตงานโฆษณาให้มีราคาถูกแต่มีคุณภาพ

โดยมีแบบฝึกหัดระหว่างเรียนบทละ 10 ข้อรวม 20 ข้อ และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนบทละ 20 ข้อรวม 40 ระยะเวลาในการศึกษาบทเรียนประมาณ 180 นาที

ผลการประเมินคุณภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียจากผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีทางการศึกษา ดังแสดงในตาราง 2 และ 3

ตาราง 2 ผลการประเมินบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา จากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ระดับคุณภาพ
1. เนื้อหาและการดำเนินเรื่อง	4.58	ดีมาก
1.1 ความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหา	4.67	ดีมาก
1.2 ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับจุดมุ่งหมาย	4.33	ดี
1.3 ความเหมาะสมของปริมาณเนื้อหาในบทเรียนแต่ละเรื่อง	4.67	ดีมาก
1.4 ความน่าสนใจในการดำเนินเรื่อง	4.67	ดีมาก
2. ภาพและการใช้ภาษา	4.42	ดี
2.1 การใช้ไวยากรณ์ในการอธิบายเนื้อหา	4.33	ดี
2.2 ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับภาพประกอบ	4.67	ดีมาก
2.3 ความถูกต้องของภาพประกอบ	4.67	ดีมาก
2.4 ความถูกต้องของการใช้ภาษา	4.00	ดี
3. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ	4.50	ดี
3.1 ความสอดคล้องระหว่างคำถามกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง	4.50	ดี
3.2 ความชัดเจนของคำถาม	4.33	ดี
3.3 ความเหมาะสมของจำนวนแบบฝึกหัดและแบบทดสอบ	4.33	ดี
3.4 การนำเสนอการสรุปผลคะแนน	4.67	ดีมาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.50	ดี

จากตาราง 2 ผลการประเมินสรุปได้ว่าคุณภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียโดยรวมอยู่ในระดับ ดี โดยพิจารณาจากรายการประเมินเป็นรายข้อพบว่า ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา กับจุดมุ่งหมาย, การใช้ไวยากรณ์ในการอธิบายเนื้อหา, ความถูกต้องของการใช้ภาษา, ความสอดคล้องระหว่างคำถามกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง, ความชัดเจนของคำถามและความเหมาะสมของจำนวนแบบฝึกหัดและแบบทดสอบ อยู่ในระดับดี ส่วนความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหา, ความเหมาะสมของปริมาณเนื้อหาในบทเรียนแต่ละเรื่อง, ความน่าสนใจในการดำเนินเรื่อง, ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา กับภาพประกอบ ความถูกต้องของภาพประกอบและการนำเสนอการสรุปผลคะแนน อยู่ในระดับดีมาก

ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ เน้นตรวจความถูกต้องในการใช้ภาษา และความสอดคล้องของเนื้อหา บทเรียนกับตัวอย่างประกอบให้มากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการแก้ไขบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ โดยตรวจแก้ไขคำศัพท์และการใช้ภาษาให้ถูกต้องเข้าใจง่าย และจัดหาตัวอย่างมาประกอบเนื้อหาให้มากขึ้นด้วย

ตาราง 3 ผลการประเมินบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา จากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ระดับคุณภาพ
1. ตัวอักษรและภาพ	4.27	ดี
1.1 รูปแบบตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ	4.33	ดี
1.2 ความเหมาะสมของการใช้สีตัวอักษร	4.33	ดี
1.3 ความเหมาะสมของการเลือกใช้สีพื้นหลังของบทเรียน	4.33	ดี
1.4 ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร	4.00	ดี
1.5 สีของภาพและกราฟิก	4.33	ดี
2. เสียงและการใช้ภาษา	4.17	ดี
2.1 ความชัดเจนของเสียงดนตรีที่ใช้ประกอบการเรียน	4.33	ดี
2.2 ความน่าสนใจของเพลงที่ใช้ประกอบบทเรียน	4.00	ดี
3. การออกแบบบทเรียนปฏิสัมพันธ์	4.16	ดี
3.1 การควบคุมบทเรียน	4.33	ดี

ตาราง 3 (ต่อ)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ระดับคุณภาพ
3.2 ความน่าสนใจในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบทเรียนกับผู้เรียน	4.33	ดี
3.3 ความน่าสนใจในการนำเสนอบทเรียน	4.00	ดี
3.4 รูปแบบการสรุปผลคะแนน	4.00	ดี
3.5 การออกแบบและหน้าจอโดยรวม	4.11	ดี
4. ภาพประกอบ	4.07	ดี
4.1 ความชัดเจนของภาพที่ใช้	4.33	ดี
4.2 ความน่าสนใจของภาพ	4.00	ดี
4.3 ขนาดของภาพที่ใช้ในการนำเสนอ	4.00	ดี
4.4 การสื่อความหมายของภาพที่ใช้ประกอบบทเรียน	4.00	ดี
4.5 ความสอดคล้องระหว่างภาพกับเนื้อหาของบทเรียน	4.00	ดี
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.16	ดี

จากตาราง 3 ผลการประเมินสรุปได้ว่าคุณภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียโดยรวมอยู่ในระดับ ดี และเมื่อพิจารณาตามรายการประเมินในแต่ละด้านผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา มีความเห็นว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย **ด้านตัวอักษรและภาพ** ได้แก่รูปแบบตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ, ความเหมาะสมของการใช้สีตัวอักษร, ความเหมาะสมของการเลือกใช้สีพื้นหลังของบทเรียน, ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร, และสีของภาพและกราฟิก อยู่ในระดับดี **ด้านเสียงและการใช้ภาษา** ได้แก่ ความชัดเจนของเสียงดนตรีที่ใช้ประกอบการเรียนและความน่าสนใจของเพลงที่ใช้ประกอบบทเรียน อยู่ในระดับดี **ด้านการออกแบบบทเรียนปฏิสัมพันธ์** ได้แก่ การควบคุมบทเรียน, ความน่าสนใจในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบทเรียนกับผู้เรียน, ความน่าสนใจในการนำเสนอบทเรียน, รูปแบบการสรุปผลคะแนนและการออกแบบและหน้าจอโดยรวม อยู่ในระดับดี **ด้านภาพประกอบ** ความชัดเจนของภาพที่ใช้, ความน่าสนใจของภาพ, ขนาดของภาพที่ใช้ในการนำเสนอ, การสื่อความหมายของภาพที่ใช้ประกอบบทเรียนและความสอดคล้องระหว่างภาพกับเนื้อหาของบทเรียนอยู่ในระดับดี ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไขบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียดังต่อไปนี้

1. เพิ่มในอ้างอิงที่มาของตัวอย่าง ที่นำมาประกอบสื่อ
2. ควรปรับขนาดตัวอักษรให้มีขนาดใหญ่ขึ้น อีกเล็กน้อย

ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามคำแนะนำดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ผลการหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

การทดลองครั้งที่ 1

ผลจากการทดลองบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่2 สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 คน โดยเรียน 1 คนต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง ในการทดลองครั้งที่1 พบว่า ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และมีความสนใจในบทเรียนคอมพิวเตอร์ แต่ได้พบปัญหาที่ต้องปรับปรุงดังนี้

- เมนูการควบคุมการทำงานยังไม่ชัดเจนพอ
- ภาพประกอบตัวอย่างบางภาพ ไม่แสดงผล
- เสียงดนตรีประกอบมีเสียงดังเกินไป รบกวนสมาธิของผู้เรียน
- การเปลี่ยนหน้าจอภาพแต่ละหน้ายังช้าเกินไป
- ตัวอักษรมีขนาดเล็กเกินไป
- จากปัญหาที่ค้นพบ ผู้วิจัยได้ปรับปรุงบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียและ

ได้นำไปทดลองในครั้งที่2

การทดลองครั้งที่ 2

จากการนำบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่2 สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน โดยเรียน 1 คนต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง ในการทดลองครั้งที่2 เพื่อหาแนวโน้มของประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ซึ่ง มีผลการทดลองดังตาราง 4

ตาราง 4 ผลการทดลองบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนอ
งานโฆษณา

บทที่	แบบฝึกหัดระหว่างเรียน			แบบทดสอบหลังเรียน			E_1/E_2
	A	M	E_1	B	M	E_2	
1	10	8.87	88.67	20	17.53	87.67	88.67/87.67
2	10	8.93	89.33	20	17.60	88.00	89.33/88.00
รวม	20	17.80	89.00	40	35.13	87.83	89.00/87.83

จากตาราง 4 แสดงผลการทดลองหาแนวโน้มของประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณาจากการทดลองครั้งที่ 2 พบว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมีแนวโน้มของประสิทธิภาพ 89.00/87.83 โดยบทที่ 1 มีแนวโน้มของประสิทธิภาพ 88.67/87.67 และบทที่ 2 มีแนวโน้มของประสิทธิภาพ 89.33/88.00 ซึ่งมีแนวโน้มประสิทธิภาพของบทเรียนไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่เป็นข้อบกพร่องดังกล่าวและปัญหาต่างๆ ในขณะทำการทดลอง พบว่ามีสิ่งที่ต้องปรับปรุงแก้ไขดังนี้

1. ปรับปรุงแก้ไขภาพกราฟิกบางภาพให้เหมาะสมชัดเจนและนำเสนอให้ดีขึ้น
2. ปรับปรุงตัวอย่างภาพเคลื่อนไหวให้สอดคล้องกับเนื้อหามากยิ่งขึ้น
3. เพิ่มภาพเคลื่อนไหวในบทเรียนเพื่อสร้างความสนใจและเพื่อให้เข้าใจเนื้อหามากยิ่งขึ้น

การทดลองครั้งที่ 3

จากการนำบทเรียนคอมพิวเตอร์ เรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา ไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยให้ผู้เรียน เรียนบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเป็นรายบุคคล 1 คน ต่อ 1 เครื่อง เพื่อหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งมีผลการทดลองดังตาราง 5

ตาราง 5 ผลการทดลองบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณาครั้งที่ 3

บทที่	แบบฝึกหัดระหว่างเรียน			แบบทดสอบหลังเรียน			E_1/E_2
	A	M	E_1	B	M	E_2	
1	10	9.17	91.67	20	18.17	90.83	91.67/90.83
2	10	9.13	91.33	20	18.13	90.67	91.33/90.67
รวม	20	18.30	91.50	40	36.30	90.75	91.50/90.75

จากตาราง 5 แสดงผลการหาประสิทธิภาพของประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา พบว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมีประสิทธิภาพโดยรวม 91.50/90.75 โดยบทที่ 1 มีประสิทธิภาพ 91.67/90.83 และบทที่ 2 มีประสิทธิภาพ 91.33/90.67 ซึ่งได้ประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนองานโฆษณาโฆษณา เพื่อนำมาใช้ในการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษาในระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่ 2 สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย โดยมุ่งพัฒนาสื่อบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ซึ่งสามารถสรุปผลอภิปราย และข้อเสนอแนะ ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนองานโฆษณา เพื่อนำมาใช้ในการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษาในระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่ 2 สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด 90/90

ความสำคัญของการวิจัย

1. ได้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนองานโฆษณา เพื่อนำมาใช้ในการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษาในระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่ 2 สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด 90/90
2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียในเนื้อหาวิชาอื่น ๆ ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

ประชากร ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด ชั้นปีที่ 2 จำนวน 3 ห้อง มีนักศึกษารวม 80 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด ชั้นปีที่ 2 ได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้น ตอน (Multi-stage Sampling) จำนวน 48 คน ดังนี้

1. สุ่มนักศึกษามา 1 ห้องเรียน แล้วจับสลากนักศึกษามาจำนวน 3 คน เพื่อใช้ในการทดลองครั้งที่ 1
2. สุ่มนักศึกษามา 1 ห้องเรียน จากนักศึกษาที่เหลือ 3 ห้องเรียน แล้วจับสลากนักศึกษามาจำนวน 15 คน เพื่อใช้ในการทดลองครั้งที่ 2
3. สุ่มนักศึกษามาจำนวน 30 คน จากนักศึกษาห้องเรียนที่เหลือ เพื่อใช้ในการทดลองครั้งที่ 3

เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย

เนื้อหาที่ใช้ในการออกแบบบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียวิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนองานโฆษณา

บทที่ 1 เทคนิคการสร้างสรรคงานโฆษณา

- ความรู้เบื้องต้นของการโฆษณา
- การสร้างสรรคงานโฆษณา
- ส่วนประสมของการสร้างสรรค
- สิ่งที่ต้องกำหนดในการสร้างสรรคงานโฆษณา

บทที่ 2 เทคนิคการนำเสนองานโฆษณา

- เทคนิคการนำเสนองานโฆษณา
- การสร้างความยอดเยี่ยมให้กับงานโฆษณา
- เทคนิคการผลิตงานโฆษณาให้มีราคาถูกแต่มีคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนองานโฆษณา
2. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องเทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนองานโฆษณา
3. แบบประเมินคุณภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรคและการนำเสนองานโฆษณา

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยได้ดำเนินการทดลอง เพื่อหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการทดลองออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

การทดลองครั้งที่ 1 นำการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา ที่สร้างขึ้น ไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 คน โดยเรียน 1 คนต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง นักศึกษาสามารถเลือกเรียนเนื้อหาที่ตนเองสนใจได้อย่างอิสระ ขณะที่เรียนในแต่ละบท นักศึกษาจะทำแบบฝึกหัดของเนื้อหาแต่ละเรื่องระหว่างการเรียนควบคู่ไปด้วยจนจบ ผู้วิจัยจะสังเกตตลอดการทดลองและสอบถามถึงปัญหาของการนำเสนอบทเรียน เพื่อหาข้อบกพร่องและนำมาปรับปรุงแก้ไข

การทดลองครั้งที่ 2 นำการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน โดยเรียน 1 คนต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง โดยนักศึกษสามารถเลือกเรียนเนื้อหาที่ตนเองสนใจได้อย่างอิสระ ขณะที่เรียนในแต่ละบท นักศึกษาจะทำแบบฝึกหัดของเนื้อหาแต่ละเรื่องระหว่างการเรียนควบคู่ไปด้วยจนจบ 1 บท จากนั้น นักศึกษาจะทำแบบทดสอบของบทเรียนที่ได้เรียนทันที ก่อนที่จะเข้าสู่บทเรียนอื่นต่อไป ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้จากการทำแบบฝึกหัดระหว่างเรียนและแบบทดสอบหลังเรียนของแต่ละบท มาหาแนวโน้มประสิทธิภาพของบทเรียนมัลติมีเดียตามเกณฑ์มาตรฐาน 90/90 และนำผลข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขบทเรียนให้ถูกต้องเหมาะสม ก่อนนำทดลองครั้งที่ 3

การทดลองครั้งที่ 3 นำบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยเรียน 1 คนต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 โดยนักศึกษสามารถเลือกเรียนเนื้อหาที่ตนเองสนใจได้อย่างอิสระ ขณะที่เรียนในแต่ละบท นักศึกษาจะทำแบบฝึกหัดของเนื้อหาแต่ละเรื่องระหว่างการเรียนควบคู่ไปด้วยจนจบ 1 บท จากนั้น นักศึกษาจะทำแบบทดสอบของบทเรียนที่ได้เรียนทันที ก่อนที่จะเข้าสู่บทเรียนอื่นต่อไป ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้จากการทำแบบฝึกหัดระหว่างเรียนและแบบทดสอบหลังเรียนของแต่ละบท มาหาประสิทธิภาพของบทเรียนมัลติมีเดียตามเกณฑ์มาตรฐาน 90/90

สรุปผลการวิจัย

จากการดำเนินการวิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ได้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 2 สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย มีเนื้อหาทั้งหมด 2 บทดังนี้

บทที่ 1 เทคนิคการสร้างสรรค์งานโฆษณา

- ความรู้เบื้องต้นของการโฆษณา
- การสร้างสรรค์งานโฆษณา

- ส่วนประสมของการสร้างสรรค์
- สิ่งที่ต้องกำหนดในการสร้างสรรค์งานโฆษณา

บทที่ 2 เทคนิคการนำเสนองานโฆษณา

- เทคนิคการนำเสนองานโฆษณา
- การสร้างความยอดเยี่ยมให้กับงานโฆษณา
- เทคนิคการผลิตงานโฆษณาให้มีราคาถูกแต่มีคุณภาพ

2. ผลการประเมินบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่2 สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย มีดังนี้

2.1 ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหา พบว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมีคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี

2.2 ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีการศึกษา พบว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมีคุณภาพด้านเทคโนโลยีทางการศึกษาอยู่ในระดับดี

3. ประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่2 สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย พบว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพเป็น 91.50/90.75 โดยแต่ละเรื่องมีประสิทธิภาพดังนี้

บทที่ 1 มีประสิทธิภาพ 91.67/90.83

บทที่ 2 มีประสิทธิภาพ 91.33/90.67

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่2 สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย พบว่าประสิทธิภาพของบทเรียนเป็น 91.50/90.75 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา มีความเห็นว่าบทเรียนมีคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษามีความเห็นว่าบทเรียนมีคุณภาพด้านเทคโนโลยีการศึกษาอยู่ในระดับดี ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย จะเห็นได้ว่าบทเรียนมีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด เนื่องจากบทเรียนมีการศึกษาค้นคว้าวิจัยและพัฒนาอย่างเป็นระบบ คือ มีการศึกษาหลักสูตร และเนื้อหา มีการวิเคราะห์เนื้อหา แบ่งเนื้อหาออกเป็น

ส่วนย่อยๆ โดยนำมาสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากมีการนำภาพ เสียง และการโต้ตอบกับบทเรียนมาใช้ในการเรียนการสอน อีกทั้งยังได้รับการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีการศึกษา

2. บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เป็นสื่อการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งผู้เรียนแต่ละคนมีความสามารถในการเรียนรู้ที่ใช้เวลาแตกต่างกัน ผู้เรียนสามารถทบทวนเนื้อหาได้ตลอดเวลา ทำให้บทเรียนนี้ช่วยให้ผู้เรียนรู้สึกพอใจกับการเรียนไม่เกิดความกดดันขณะเรียน จึงทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ตามศักยภาพของตนเอง และยังพบว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียนี้ ช่วยทำให้ผู้เรียนสนใจ และกระตือรือร้นอยากที่จะเรียน เนื่องจากบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย มีการนำเสนอเนื้อหาโดยใช้ ตัวอักษร กราฟิก ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง และการโต้ตอบกับบทเรียน จึงทำให้บทเรียนมีความน่าสนใจและยังกระตุ้นให้ผู้เรียนมีความสนใจบทเรียนมากยิ่งขึ้น

3. จากการสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน พบว่าผู้เรียนให้ความสนใจกับเนื้อหา ภาพประกอบ และตัวอย่างในบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เนื่องจากมีการค้นคว้าพัฒนาอย่างเป็นระบบ และพบว่าผู้เรียนรู้สึกพึงพอใจ ตั้งใจตอบคำถามเมื่อได้ทำแบบฝึกหัดระหว่างเรียนและแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทั้งนี้เพราะผู้เรียนได้ทราบผลการเรียนรู้คะแนนที่ออกมาทันที อีกทั้งมีการเสริมแรงให้กับผู้เรียน โดยการตอบคำถามในแบบฝึกหัดแต่ละข้อจะมีการเฉลยคำตอบที่ถูกต้องเมื่อผู้เรียนตอบผิด ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้ในเรื่องนี้ นอกจากนี้ยังจะมีการแสดงความยินดีเมื่อนักเรียนตอบคำถามถูก จึงทำให้ผู้เรียนไม่รู้สึกเบื่อหน่าย และช่วยให้ผู้เรียนมีความสนใจตั้งใจทำแบบฝึกหัดระหว่างเรียนและแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมากยิ่งขึ้น

4. จากการหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์ และการนำเสนองานโฆษณา สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่2 สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ผลของการหาแนวโน้มของประสิทธิภาพของบทเรียนในการทดลองครั้งที่2 เมื่อวิเคราะห์ผลการทำแบบฝึกหัดและแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ ของผู้เรียนพบว่า บทเรียนทั้ง 2 บท มีแนวโน้มประสิทธิภาพ E_1/E_2 เป็น 89.00/87.83 โดยบทที่ 1 เป็น 88.67/87.67 และบทที่ 2 เป็น 89.33/88.00 จะเห็นได้ว่าทั้งสองบทไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดเนื่องจากคำอธิบายเนื้อหาและคำถามยังไม่ชัดเจน ภาพประกอบมีจำนวนน้อยเกินไป อีกทั้งยังไม่ตรงประเด็นมากเพียงพอ ผู้วิจัยจึงทำการแก้ไขและปรับปรุงบทเรียนเพิ่มเติมแล้วทำการทดลอง เพื่อหาประสิทธิภาพของบทเรียนในการทดลองครั้งที่3 พบว่าบทเรียนทั้ง 2 บท มีประสิทธิภาพ E_1/E_2 เป็น 91.50/90.75 โดยบทที่ 1 เป็น 91.67/90.83 และบทที่ 2 เป็น 91.33/90.67 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

สรุปได้ว่า บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 2 สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ที่ได้พัฒนาขึ้น มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด 90/90 และเหมาะที่จะนำไปใช้ในการเรียนการสอนและเรียนรู้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทางและส่งเสริมให้มีการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียในเนื้อหาวิชาอื่นๆ ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ในการสร้างงานบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียผู้สร้างควรศึกษาถึงขอบเขตและขีดความสามารถของโปรแกรมที่จะนำมาใช้ร่วมกันในการสร้างบทเรียน เปรียบเสมือนการเลือกใช้เครื่องมือให้เหมาะสมกับงานที่กำลังจะทำ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ผู้วิจัยตั้งไว้ อีกทั้งยังสามารถช่วยลดเวลาการทำงานลงได้อีกทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยและพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชาการสื่อสารการตลาด หรือรายวิชาอื่นๆ ต่อไป
2. ปัจจุบันคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวันของทุกวงการ แม้กระทั่งวงการศึกษาก็ตาม ดังนั้น จึงควรมีการส่งเสริมและพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเพิ่มมากขึ้น เพราะเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้เรียนที่จะศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง และสนองต่อความแตกต่างระหว่างบุคคลได้เป็นอย่างดี
3. เมื่อมีการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ควรมีการศึกษาถึงผลกระทบต่อการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เช่น ความพึงพอใจ ความรับผิดชอบ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน
4. ควรมีการศึกษาค้นคว้าเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียกับการเรียนการสอนในรูปแบบอื่นๆ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- จรรุชา กะภูทิน. (2544). การศึกษากลุ่มสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคงทนในการเรียนรู้ เรื่องตัวเรา วิชากลุ่มสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิต ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ที่เรียนโดยใช้ บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน. รายงานการศึกษาระดับปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- เชาวลิต ตนานนท์ชัย. (2547). การเรียนรู้ด้วยตนเอง : การเรียนรู้ที่จำเป็นสำหรับสังคมปัจจุบัน หนังสือพิมพ์สยามรัฐ วันพุธที่ 17 มีนาคม 2547 หน้า 7. สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2549, จาก <http://dnfe5.nfe.go.th/localdate/webimags/story15necessary.html>
- ทรงสุดา ไสภอาจารย์. (2544). การผลิตบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่อง อินเทอร์เน็ตเบื้องต้น สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. รายงานการศึกษาระดับปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- นิโลบล นิ่มกิ่งรัตน์. (2543). การวิจัยการศึกษา. เชียงใหม่ : ภาควิชาประเมินและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). การพัฒนาการสอน พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : ชมรมเด็ก.
- บุรณะ สมชัย (2542). การสร้าง CAI Multimedia ด้วย Authorware 4.0. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พรเทพ เมืองแมน. (2544). การออกแบบและพัฒนา CAI Multimedia ด้วย Authorware. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ไพฑูรย์ สินลารัตน์ ; และ ลำลี ทองทิว. (2534). การวิจัยทางการศึกษา หลักและวิธีการสำหรับนักวิจัย พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา. (2549). การออกแบบบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2549, จาก http://edu.swu.ac.th/edtech/e_learn_lesson/multimedia/unit_1.htm
- ภูวนิตย์ เดือนนิล. (2544). การ ผลิตบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน วิชา ภาษาอังกฤษเรื่อง Article สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. รายงานการศึกษาระดับปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มนต์ชัย เทียนทอง (2545). การออกแบบและพัฒนาคอร์สแวร์ สำหรับบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน กรุงเทพฯ : ภาควิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

- รุจโรจน์ แก้วอุไร. (2549). *การวิจัยและพัฒนา (Research and Development)*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2549, จาก <http://www.edu.nu.ac.th/techno/rujroadk/research&development.pdf>
- ล้วน สายยศ ; และอังคณา สายยศ. (2538). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- วัฒนาพร ระงับทุกข์ (2545). *เทคนิคและกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ตามหลักสูตร การศึกษาพื้นฐาน พ.ศ. 2544*. กรุงเทพฯ : พรทิพกราฟฟิค.
- วิภาดา วัฒนนามกุล (2549). *ทำไม อย่างไร กับการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-directed Learning)*. ภาควิชาการมัธยมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2549, จาก <http://secondary.kku.ac.th/sec4/sdl.htm>
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). *คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ* กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ ลี กิจเจริญผล (2544). *การผลิตบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน วิชา ภาษาอังกฤษเรื่อง การเติม -ing สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5*. รายงานการศึกษานิเทศะปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สถาพร สาธุการ. (2548). *การพัฒนาและประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์มัลติมีเดียทางการศึกษา*. สืบค้นเมื่อ 24 ธันวาคม 2548, จาก <http://www.thapra.lib.su.ac.th/av/work5.htm>
- สำนักเทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอน (2549). *อภิธานศัพท์. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้น พื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2549, จาก <http://odeclms.obec.go.th/book/gossala.php#top>
- เสาวณีย์ ลิกขาบัณฑิต. (2528). *เทคโนโลยีทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- อภาภรณ์ สุขราช. (2540). *การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน วิชาเทคโนโลยีการศึกษา เรื่อง เทคโนโลยีการสื่อสาร สำหรับนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปีที่ 1* รายงานการศึกษานิเทศะ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต(เทคโนโลยีการศึกษา) ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น ถ่ายเอกสาร.
- Carter, F.I. (1999). *The Effect of Computer – assisted Instruction on Vocational education high school student*. MAI 37/06, p.1602.
- Hollaway. D. (1998). *Computer – assisted Instruction: The effect of anauthentic learning application in elementary mathematic*. MAI 36/05,p.1227

Kotler, Philip ; & Gary Armstrong. (2001). *Principles of Marketing*.

: 9th ed. New Jersey : Prentice-hall

Lin, Min-Jin H. (1997). *Teachers' Opinion of Computer-Assisted-Instruction (CAI)*. Retrieved

January 26, 2001, from <http://www.askeric.org/>

Shisu. (1990). Proceedings of the Annual Meeting of the Association for Education

Journalism and Mass Communication (80th, Chicago, Illinois, July 30-August

2,1997). Addenda I.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีการศึกษา

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหา

1. นางสาวไรวินทร์ มาสำราญ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด
มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย จังหวัดปทุมธานี
2. นางสาวพิมพ์พันธุ์ ศรีพิพิช ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการโฆษณา
และการประชาสัมพันธ์
มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย จังหวัดปทุมธานี
3. นายครรชิต สิงห์เสมานนท์ ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนานักศึกษา
มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย จังหวัดปทุมธานี

ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีการศึกษา

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อลิศรา เจริญวานิช หัวหน้าภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. นายอภิเกียรติ ชูเกียรติ หัวหน้างานพัฒนสื่อและนวัตกรรม
โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) 2
3. รองศาสตราจารย์จกมล แก่นเพิ่ม อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก ข.

แบบประเมินบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

**แบบประเมินคุณภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย
เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา**

คำชี้แจง แบบประเมินชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

1. ชื่อผู้เชี่ยวชาญ.....
2. ตำแหน่ง.....
3. สังกัด.....
4. สถานที่ทำงาน.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา

1. กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องการประเมิน 5 ระดับ ตามความคิดเห็นของท่านหลังจากตรวจสอบเนื้อหาของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา แล้ว
2. ในแต่ละช่องการประเมินได้กำหนดค่าระดับคะแนนไว้ ดังนี้
 - 5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก
 - 4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี
 - 3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับปานกลาง
 - 2 หมายถึง ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง
 - 1 หมายถึง ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

แบบประเมินคุณภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย
เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามความคิดเห็นของท่าน

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
	5	4	3	2	1
1. เนื้อหาและการดำเนินเรื่อง					
1.1 ความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหา					
1.2 ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับจุดมุ่งหมาย					
1.3 ความเหมาะสมของปริมาณเนื้อหาในบทเรียนแต่ละเรื่อง					
1.4 ความน่าสนใจในการดำเนินเรื่อง					
2. ภาพและการใช้ภาษา					
2.1 การใช้ไวยากรณ์ในการอธิบายเนื้อหา					
2.2 ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับภาพประกอบ					
2.3 ความถูกต้องของภาพประกอบ					
2.4 ความถูกต้องของการใช้ภาษา					
3. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ					
3.1 ความสอดคล้องระหว่างคำถามกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง					
3.2 ความชัดเจนของคำถาม					
3.3 ความเหมาะสมของจำนวนแบบฝึกหัดและแบบทดสอบ					
3.4 การนำเสนอการสรุปผลคะแนน					

ตอนที่3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน
 (.....)
 วันที่...../...../.....

**แบบประเมินคุณภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย
เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา**

คำชี้แจง แบบประเมินชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการประเมินคุณภาพ

ด้านสื่อเทคโนโลยีการศึกษา

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

1. ชื่อผู้เชี่ยวชาญ.....
2. ตำแหน่ง.....
3. สังกัด.....
4. สถานที่ทำงาน.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการประเมินคุณภาพด้านสื่อ เทคโนโลยีการศึกษา

1. กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องการประเมิน 5 ระดับ ตามความคิดเห็นของท่าน
หลังจากตรวจสอบบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการ
นำเสนองานโฆษณา แล้ว
2. ในแต่ละช่องการประเมินได้กำหนดค่าระดับคะแนนไว้ ดังนี้
 - 5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก
 - 4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี
 - 3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับปานกลาง
 - 2 หมายถึง ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง
 - 1 หมายถึง ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

แบบประเมินคุณภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย
เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ตัวอักษรและภาพ					
1.1 รูปแบบตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ					
1.2 ความเหมาะสมของการใช้สีตัวอักษร					
1.3 ความเหมาะสมของการเลือก ใช้สีพื้น หลังของบทเรียน					
1.4 ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร					
1.5 สีของภาพและกราฟิก					
2. เสียงและการใช้ภาษา					
2.1 ความชัดเจนของเสียงดนตรีที่ใช้ประกอบการเรียน					
2.2 ความน่าสนใจของเพลงที่ใช้ประกอบบทเรียน					
3. การออกแบบบทเรียนปฏิสัมพันธ์					
3.1 การควบคุมบทเรียน					
3.2 ความน่าสนใจในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบทเรียนกับผู้เรียน					
3.3 ความน่าสนใจในการนำเสนอบทเรียน					
3.4 รูปแบบการสรุปผลคะแนน					
3.5 การออกแบบและหน้าจอโดยรวม					
4. ภาพประกอบ					
4.1 ความชัดเจนของภาพที่ใช้					
4.2 ความน่าสนใจของภาพ					
4.3 ขนาดของภาพที่ใช้ในการนำเสนอ					
4.4 การสื่อความหมายของภาพที่ใช้ประกอบบทเรียน					
4.5 ความสอดคล้องระหว่างภาพกับเนื้อหาของบทเรียน					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

(.....)

วันที่...../...../.....

ภาคผนวก ค.

ค่าความยากง่าย (p) ค่าอำนาจจำแนก (r) และค่าความเชื่อมั่น
ของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ค่าความยากง่าย (p) ค่าอำนาจจำแนก (r) และค่าความเชื่อมั่น ของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

บทที่ 1 เทคนิคการสร้างสร้งงานโฆษณา

ข้อที่	ความยากง่าย (p)	อำนาจจำแนก (r)
1	0.60	0.28
2	0.64	0.40
3	0.27	0.43
4	0.41	0.53
5	0.71	0.28
6	0.31	0.54
7	0.59	0.48
8	0.69	0.44
9	0.47	0.29
10	0.31	0.54
11	0.59	0.48
12	0.71	0.28
13	0.54	0.27
14	0.30	0.55
15	0.73	0.25
16	0.31	0.54
17	0.21	0.58
18	0.53	0.28
19	0.71	0.28
20	0.64	0.40

ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ (KR-20) = 0.8349

ค่าความยากง่าย (p) ค่าอำนาจจำแนก (r) และค่าความเชื่อมั่น ของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

บทที่ 2 เทคนิคการนำเสนองานโฆษณา

ข้อที่	ความยากง่าย (p)	อำนาจจำแนก (r)
1	0.56	0.32
2	0.59	0.48
3	0.54	0.27
4	0.47	0.35
5	0.53	0.38
6	0.60	0.28
7	0.57	0.35
8	0.40	0.36
9	0.21	0.58
10	0.57	0.35
11	0.53	0.45
12	0.41	0.53
13	0.69	0.44
14	0.53	0.45
15	0.46	0.38
16	0.73	0.28
17	0.56	0.33
18	0.53	0.45
19	0.64	0.40
20	0.44	0.31

ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ (KR-20) = 0.8196

ภาคผนวก ง.
แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

แบบทดสอบบทที่1 เรื่องเทคนิคการสร้างสร้งงานโฆษณา

1. กลยุทธ์ในการสร้างสร้งงานโฆษณา ผู้สร้างสร้งจะต้องคำนึงถึงอะไรเป็นอันดับแรก
 - ก. เป้าหมายทางการตลาด
 - ข. ตำแหน่งผลิตภัณฑ์
 - ค. การสร้างความแปลกใหม่
 - ง. ประเภทของผลิตภัณฑ์
 - จ. เหตุผลในการจูงใจ
2. ข้อใดต่อไปนี้เป็นวัจนภาษา
 - ก. ภาพ
 - ข. ตัวอักษร
 - ค. สโลแกน
 - ง. โลโก้
 - จ. สี
3. ข้อใดต่อไปนี้เป็นวัจนภาษา
 - ก. ตัวอักษร
 - ข. เพลงโฆษณา
 - ค. การจัดภาพ
 - ง. ชื่อตราสินค้า
 - จ. การแต่งกาย
4. ข้อใดต่อไปนี้เป็นเป้าหมายของการสร้างสร้งงานโฆษณาเพื่อให้เกิดผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค เช่น ให้เกิดความรู้สึก ยอมรับ หรือจดจำตราสินค้าได้ เป็นต้น
 - ก. เป้าหมายทางการตลาด
 - ข. เป้าหมายทางธุรกิจ
 - ค. เป้าหมายทางภาพลักษณ์
 - ง. เป้าหมายทางพฤติกรรม
 - จ. เป้าหมายทางจิตวิทยา
5. ข้อใดต่อไปนี้เป็นหน้าที่ของพาดหัวหลัก (Headline)
 - ก. เป็นส่วนขยายให้มีความชัดเจนขึ้น
 - ข. เป็นส่วนที่ดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด

- ค. เป็นข้อความหรือคำพูดในชั้น นงานโฆษณา
 - ง. เป็นส่วนช่วยเสริมให้ภาพมีความชัดเจนยิ่งขึ้น
 - จ. เป็นข้อความจูงใจเพื่อตอกย้ำ จุดขาย
6. จากการศึกษาทงจิตวิทยาพบว่าการพาดหัวหลักที่มีประสิทธิภาพนั้นความใช้คำประมาณเท่าใด จึงจะเหมาะสม
- ก. 1-3 พยางค์
 - ข. 4-6 พยางค์
 - ค. 8-12 พยางค์
 - ง. เท่าใดก็ได้ไม่จำกัด
 - จ. ไม่มีข้อใดถูก
7. จากข้อความโฆษณาที่ว่า “ให้ผมนคุณตรงสรวยได้ดังใจ” จัดว่าเป็นการใช้พาดหัวประเภทใด
- ก. Benefit Headline
 - ข. Command
 - ค. Juxtaposition
 - ง. Quotation
 - จ. Questioning Method
8. หน้าที่ของข้อความโฆษณาตรงกับข้อใดมากที่สุด
- ก. เป็นข้อความจูงใจ
 - ข. เพื่อให้สะดุดตา
 - ค. เป็นสิ่งที่ช่วยเสริมภาพให้ชัดเจนยิ่งขึ้น
 - ง. ตอกย้ำ ามลประโยชน์ของสินค้าให้ชัดเจน
 - จ. เพื่อปลุกเร้าความสนใจ
9. ข้อใดไม่ใช่ลักษณะของสโลแกนที่ดี
- ก. ต้องสั้นและกระชับ
 - ข. ต้องใช้คำที่มีน้ำหนัก
 - ค. ต้องคล้องจองกัน
 - ง. ต้องมีจังหวะในการอ่านที่ดี
 - จ. ต้องคล้ายหรือใกล้เคียงกับสินค้าอื่น

10. “ซีเล็คทูน่า ไชมันต์ฯ” จัดว่าเป็นสโลแกนประเภทใด
 - ก. บอกประเภทของสินค้า
 - ข. บอกระดับของสินค้า
 - ค. บอกคุณภาพของสินค้า
 - ง. บอกคุณสมบัติของกลุ่มเป้าหมาย
 - จ. บอกจุดขายและจุดเด่นของสินค้า
11. ข้อความที่เขียนหรือสิ่งที่พูดเป็นประโยคสุดท้าย มีความหมายตรงกับข้อใด
 - ก. Slogan
 - ข. Based Line
 - ค. Caption
 - ง. Copy
 - จ. Headline
12. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ไม่ใช่ ลักษณะของข้อความโฆษณาที่ดี
 - ก. เน้นการให้รายละเอียดและต้องตีความหมายอย่างรอบคอบ
 - ข. เชิญชวนให้เกิดการซื้อสินค้าหรือทำให้เกิดพฤติกรรม
 - ค. มีความน่าเชื่อถือ และสามารถพิสูจน์ได้จริง
 - ง. ใช้ภาษาเดียวกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความสนใจ
 - จ. ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดจินตนาการตามได้
13. ข้อความโฆษณาที่มีเพียงรูปและคำบรรยายได้ภาพเหมาะกับสินค้าประเภทใดมากที่สุด
 - ก. เครื่องคอมพิวเตอร์
 - ข. รถยนต์รุ่นที่ด้า
 - ค. มหาวิทยาลัยรังสิต
 - ง. นาฬิกาโรเล็กซ์
 - จ. วิตามินเสริมอาหาร
14. ภาพแบบใดเหมาะกับสินค้าประเภทที่มีความแตกต่างในตัวเอง เช่น กระเป๋ารองเท้า เสื้อผ้าเครื่องสำอาง
 - ก. Product Shot
 - ข. Product in Use
 - ค. Product in Test
 - ง. Product Component

จ. Product Feature

15. ภาพแบบใดที่นิยมใช้กันมากสำหรับการโฆษณาสถานเสริมความงาม

ก. Problem

ข. Place of Origin

ค. Before and After

ง. Symbolic

จ. Off Beat

16. การใช้ภาพของสินค้าที่กำลังถูกใช้งานเหมาะสมกับสินค้าในข้อใดมากที่สุด

ก. การทำศัลยกรรม

ข. น้ำหอม

ค. ผงซักฟอก

ง. เสื้อผ้า

จ. ถูกทุกข้อ

17. โฆษณาในข้อใดเป็นต่อไปนี้มีการใช้Jingle ประกอบงานโฆษณา

ก. เอ็มเคซูกี้

ข. ครีมหมักผมโลแลน

ค. ธนาคารทหารไทย

ง. พรานทะเล

จ. สายการบินนกแอร์

18. ข้อใดต่อไปนี้เป็นจุดที่เป็นลักษณะของ Logo ที่ดี

ก. ไม่ควรมีลวดลายมากเกินไป

ข. ไม่ควรมีรายละเอียดมากนัก

ค. ควรสะท้อนบุคลิกของตราสินค้า

ง. ควรใช้ภาพจริงเพื่อให้เกิดความสวยงาม

จ. ควรมีลักษณะเป็นกราฟิกดีไซด์

19. สินค้าประเภทใดที่ไม่เหมาะสมกับการการพูดด้วยอารมณ์ขัน (Humor)

ก. น้ำปลา

ข. ผงซักฟอก

ค. แชมพูสระผม

ง. ลูกอม

- จ. หมดอายุ
20. สินค้าประเภทใดไม่เหมาะกับการใช้ Hard Sell ในการสร้างสร้งงานโฆษณา
- ก. น้ำยาล้างจาน
- ข. ร้านสะดวกซื้อ
- ค. มหาวิทยาลัย
- ง. ยาเสพติด
- จ. ชาเขียว

แบบทดสอบบทที่2 เรื่องเทคนิคการนำเสนองาน

1. โฆษณาต่อไปนี้ ข้อใดที่ใช้ Mascot ในการนำเสนอสินค้า
 - ก. ไมโล
 - ข. ชันซิล
 - ค. มาลี
 - ง. บาร์บีคิวพลาซ่า
 - จ. โออิชิ กรีนที
2. โฆษณาบู๊ตส์ มักใช้ผู้นำเสนอในรูปแบบใด
 - ก. บุคคลทั่วไป
 - ข. บุคคลที่มีชื่อเสียง
 - ค. ผู้ทรงคุณวุฒิ
 - ง. โฆษก
 - จ. ผู้ทดลองสินค้า
3. ข้อใดต่อไปนี้ เป็นความหมายของเทคนิคการนำเสนอที่ใช้เสียงเพลงและเสียงดนตรีเข้ามาช่วย เพื่อให้โฆษณาดูมีสีสันมากขึ้น
 - ก. Symbolic
 - ข. Analogy
 - ค. Product in Test
 - ง. Graphic Demonstration
 - จ. Production Number
4. ข้อใดต่อไปนี้ จัดว่าเป็นRational Appeal
 - ก. ความรัก
 - ข. ความประหยัด
 - ค. ความสวยงาม
 - ง. ความภาคภูมิใจ
 - จ. ความสำเริง

5. โฆษณาชุด โอกาสของกิฟเฟอร์รีน ใช้เทคนิคการนำเสนอในรูปแบบใด



ก. Slice of Life

ข. Dramatization

ค. Comparative

ง. Demonstration

จ. Documentary

6. การเลือกใช้สีในการโฆษณานั้น จะต้องเลือกให้สอดคล้องกับข้อใดมากที่สุด

ก. บุคลิกภาพของสินค้า

ข. ความสมจริง

ค. ความสวยงาม

ง. การจัดวางภาพ

จ. ตัวอักษร

7. การเลือกใช้สีแบบ Four Colour เหมาะสมกับสื่อประเภทใดต่อไปนี้ มากที่สุด

ก. หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก

ข. หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

ค. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

ง. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

จ. หนังสือพิมพ์มติชน

8. ข้อใดต่อไปนี้ ความหมายตรงกับคำว่า Execution

ก. เป็นการสร้างความพร้อมของอารมณ์ในการปฏิบัติให้แก่ผู้บริโภค เช่น อยากขับ อยากเที่ยว

ข. เป็นการทำอะไรๆ ก็ตามเพื่อที่จะทำให้โฆษณานั้น เกิดความน่าเชื่อถือขึ้น สิ่งแวดล้อม

ข้อความ

ค. เป็นการนำจุดขายหรือผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์มาจูงใจผู้ซื้อ เช่น ความความภูมิใจ ความทันสมัย

ง. เป็นการนำเอาภาพ คำพูดแลองค์ประกอบอื่นๆ ของการสร้างสรรค์มาผสมผสานอย่างมีศิลป์และสุนทรีย์

จ. เป็นการลักษณะการขายทางอ้อม ซึ่งใช้วิธีการที่นุ่มนวลโดยการพูดหวานล่อม และไม่ขัดเยียดการขาย

9. หลักการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ดี ประกอบด้วยอะไรบ้าง

ก. Attitude Income Creative Desire

ข. Action Income Demand Attitude

ค. Action Interest Attention Desire

ง. Attention Interest Desire Action

จ. Attention Income Desire Action

10. Big Idea มีความหมายตรงกับข้อใดมากที่สุด

ก. เป็นข้อเสนอจากผู้ผลิตสินค้าที่จะแก้ไขปัญหาบางประการให้แก่ผู้บริโภค

ข. เป็นการผสมผสานสิ่งต่างๆ หรือแนวคิดที่มีอยู่แล้วเข้าด้วยกัน

ค. เป็นการคิดค้นงานโฆษณาเพื่อจูงใจกลุ่มเป้าหมาย

ง. เป็นนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่แปลกออกไปจากเดิม

จ. เป็นการสร้างความยิ่งใหญ่ให้กับชิ้นงานโฆษณา

11. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ข้อที่ต้อง เกี่ยวกับการในการในการสร้างสรรค์งานโฆษณาให้ประสบความสำเร็จ

ก. ต้องสร้างความไว้วางใจได้

ข. ต้องมีแบบฉบับเป็นของตนเอง

ค. ต้องมีจุดขายที่ชัดเจนเพียงจุดเดียว

ง. รูปแบบต้องมาก่อนเนื้อหา

จ. ภาพที่เด่นที่สุดต้องเป็นจุดขาย

12. Video Vampire มีความหมายตรงกับข้อใดมากที่สุด

ก. ภาพที่เด่นสุดเป็นภาพที่ไม่สามารถสะท้อนจุดขายได้

ข. ภาพที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้

ค. ภาพที่กลมกลืนกับองค์ประกอบต่างๆ

ง. ภาพถ่ายที่ใช้เทคนิคการถ่ายทำพิเศษ

จ. ภาพเดิมที่มีอยู่แล้วนำมาดัดต่อใหม่

13. หากท่านเป็นผู้สร้างสรรค์งานโฆษณาให้กับผลิตภัณฑ์กะทิชาวเกาะ ท่านจะเลือกใช้ Tone ในการนำเสนอในรูปแบบใดที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ตัวนี้ มากที่สุด

ก. Serious

ข. High Tech

ค. Hard Sell

ง. Gimmick

จ. Traditional

14. ท่านคิดว่าภาพแบบใดที่เหมาะสมกับการสร้างสรรค์งานโฆษณาสำหรับสนามบินสุวรรณภูมิมากที่สุด

ก. Ingredient

ข. Problem

ค. Off Beat

ง. Happy Customer

จ. Graphic

15. ท่านคิดว่าภาพแบบใดที่เหมาะสมกับการสร้างสรรค์งานโฆษณาสำหรับรถยนต์บีเอ็มดับเบิลยูซีรีส์ 7 มากที่สุด

ก. Solution

ข. End Result

ค. Number of Customers

ง. Animation

จ. Product Feature

16. การใช้บุคคลที่เคยใช้สินค้าแล้วเกิดความพึงพอใจหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นผู้รับรองสินค้าในโฆษณา เพื่อเชิญชวนให้ผู้อื่นหันมาใช้สินค้านี้ มีความหมายตรงกับข้อใด

ก. Authority

ข. Demonstration

ค. Comparative

ง. Testimonial

จ. Symbolic

17. โฆษณาในข้อใดต่อไปนี้นำวิธีการจูงใจทางเพศ (Sex Appeal)
- ก. เครื่องสำอางคิวเพลส
 - ข. สยามโอเชียนเวิร์ด
 - ค. สบู่เด็กตอล
 - ง. บ้านแลนด์แอนดีเฮาส์
 - จ. นมเบรี ยวดีพลัส
18. โฆษณาในข้อใดต่อไปนี้นำวิธีการจูงใจด้วยความรัก (Love Appeal)
- ก. ยาสีฟันคอลเกต
 - ข. แป้งเย็นตรางู
 - ค. นมตราหมี
 - ง. ชาเขียวยูนิฟ
 - จ. น้ำมันพืชตราทิพ
19. Zapping มีความหมายตรงกับข้อใด
- ก. การโฆษณาที่ทำให้ผู้ชมไม่เปลี่ยนช่องหนี
 - ข. การโฆษณาที่น่าเสนอแบบเหนือจริง
 - ค. การโฆษณาที่มีศิลปะ
 - ง. การโฆษณาที่สามารถจดจำได้ง่าย
 - จ. การโฆษณาจุดเด่นของสินค้า
20. ข้อใดต่อไปนี้นำไม่จัดว่าเป็นเทคนิคการผลิตภาพยนตร์โฆษณาให้มีราคาถูกลงและได้คุณภาพ
- ก. ไม่ให้ผู้แสดงจำนวนมากเกินไป
 - ข. ใช้ภาพที่มีอยู่แล้ว
 - ค. การทำภาพยนตร์โฆษณาเป็นชุด
 - ง. ถ่ายทำจากสถานที่จริง
 - จ. ใช้ผู้นำเสนอที่มีชื่อเสียงโด่งดัง

ภาคผนวก จ.

ตัวอย่างบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา

ตัวอย่างบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

เรื่อง เทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา

การพัฒนาและหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่องเทคนิคการสร้างสรรค์และการนำเสนองานโฆษณา ได้จัดทำภายหลังจากได้ดำเนินการตามกระบวนการในการผลิตบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยใช้โปรแกรม Macromedia Authorware 7.0 ร่วมกับโปรแกรม Adobe Illustrator 10, Adobe Photoshop CS3, Sony Vegas 7 , SWiSH Max2 และ Nero Express ภายใต้ระบบปฏิบัติการ Microsoft Window 7 Ultimate 64bit เพื่อให้ได้บทเรียนที่ตรงตามความต้องการของผู้สร้างและบรรลุเป้าหมายของงานวิจัย

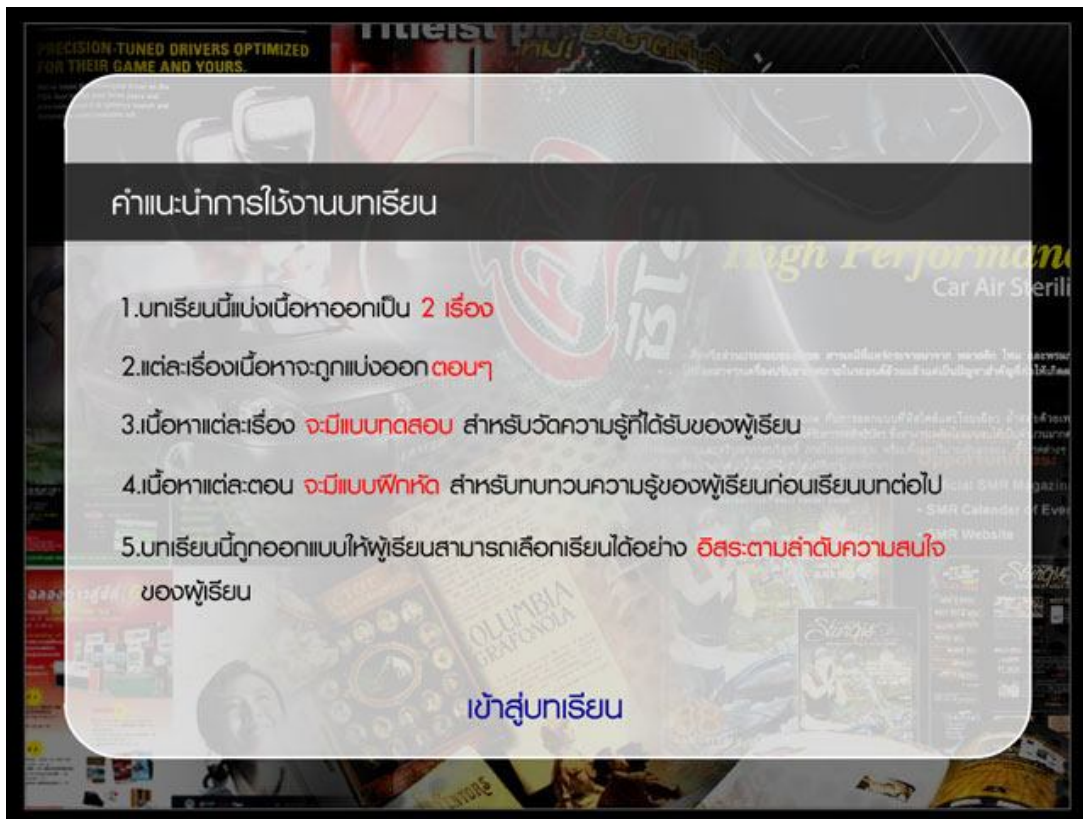
ตัวอย่างบทเรียน

เมื่อใส่แผ่นซีดีรอม เครื่องคอมพิวเตอร์จะทำงานโดยอัตโนมัติ บทเรียนจะแสดงหน้าต่างดีด ก่อนที่จะนำผู้เรียนเข้าไปสู่หน้าแนะนำการใช้งานบทเรียน

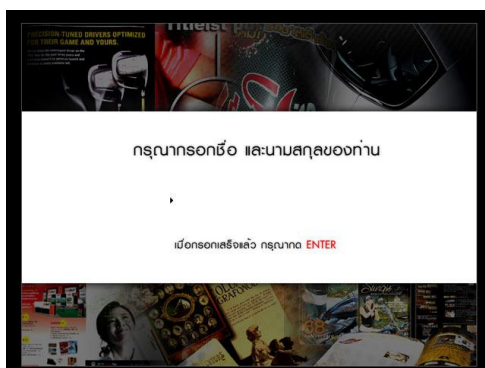


ภาพที่ 1 ไตเติล ก่อนเข้าสู่บทเรียน

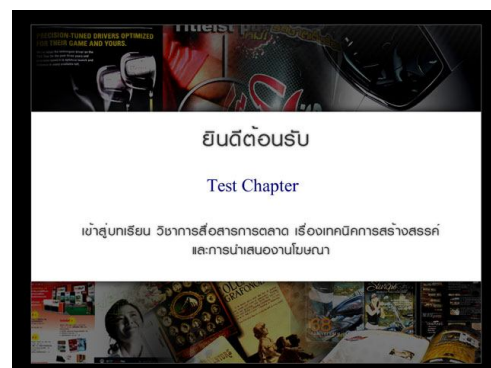
หน้าจอนำบทเรียนและลงทะเบียน ซึ่งจะอธิบายถึงโครงสร้างและลักษณะการทำงานของบทเรียนภายในบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียว่าเป็นอย่างไรก่อนที่จะนำผู้เรียนเข้าสู่หน้าลงทะเบียน



ภาพที่ 2 หน้าเมนูเนื้อหา



ภาพที่ 3 หน้าจอลงทะเบียน



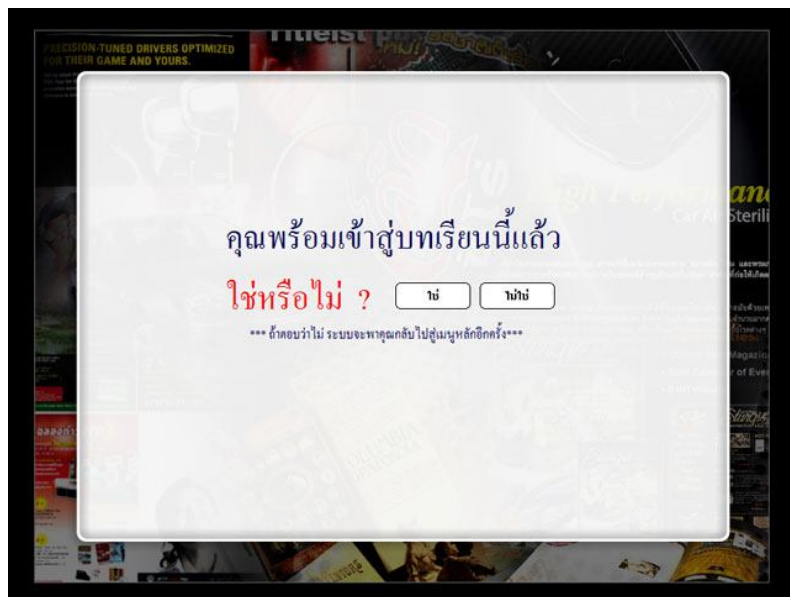
ภาพที่ 4 หน้าจอยินดีต้อนรับ

หน้าจอหลักของบทเรียน หลังจากลงทะเบียนเสร็จสิ้นแล้ว ระบบจะพาผู้เรียนมาสู่หน้าจอหลักของบทเรียน ซึ่งจะมีสองบทเรียนใหญ่ ให้ผู้เรียนได้เลือกเรียนได้อย่างอิสระ

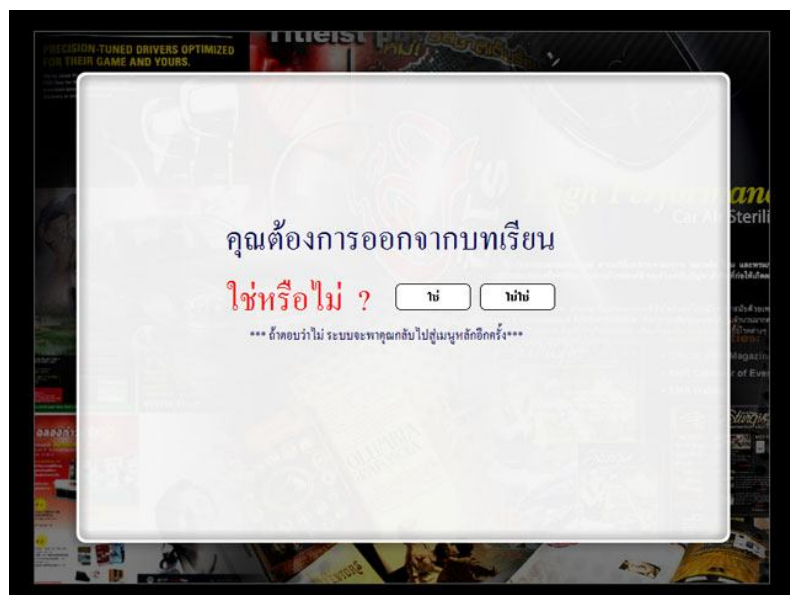


ภาพที่ 5 หน้าจอหลักของบทเรียน

หน้าจอการยืนยันการทำงานของบทเรียน การจะเข้าถึงเนื้อหาต่างๆภายในบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียนี้ ระบบจะสอบถามผู้เรียน เพื่อตรวจสอบความพร้อมของผู้เรียนก่อนทุกครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการเข้าเรียน หรือการออกจากบทเรียน เพื่อดึงความสนใจผู้เรียน อีกทั้งยังป้องกันการเข้าออกจากบทเรียนโดยไม่เจตนา



ภาพที่ 6 หน้าจอยืนยันการเข้าบทเรียน



ภาพที่ 7 หน้าจอยืนยันการออกจากบทเรียน

หน้าจ่อย่อยของบทเรียน หลังจากผู้เรียนยืนยันเพื่อเข้าสู่บทเรียนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก็จะเข้ามาถึงเนื้อหาภายในบทเรียน ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนในเรื่องที่ตนเองสนใจตามลำดับอย่างอิสระ โดยที่ระบบจะสอบถามผู้เรียนก่อนทุกครั้งที่จะเข้าเรียนในเรื่องต่างๆเช่นกัน



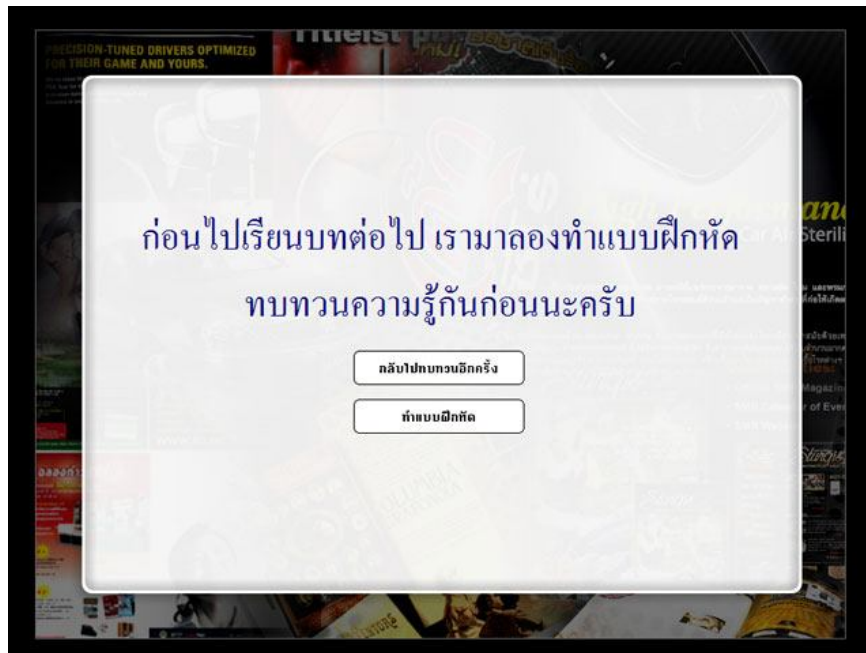
ภาพที่ 8 หน้าหลักของเนื้อหาบทเรียน

เนื้อหาภายในบทเรียน เมื่อผู้เรียนเลือกที่จะเรียนในเรื่องที่ตนเองสนใจ และได้ยืนยันการเข้าเรียนกับระบบเรียบร้อยแล้ว ก็สามารถเข้าสู่เนื้อหาของเรื่องนี้ได้



ภาพที่ 9 เนื้อหาภายในบทเรียนซึ่งมีภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว

หน้าจอบแบบฝึกหัด หลังจากศึกษาเนื้อหาหาจนจบในแต่ละเรื่องแล้ว จะบังคับให้ผู้เรียนเข้าสู่แบบฝึกหัดท้ายบททันที โดยระบบจะสอบถามความพร้อมของผู้เรียนก่อนจะเริ่มทำแบบฝึกหัด

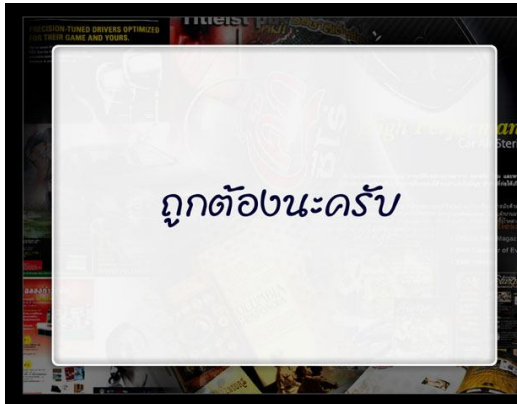


ภาพที่10 ระบบสอบถามผู้เรียนก่อนทำแบบฝึกหัด

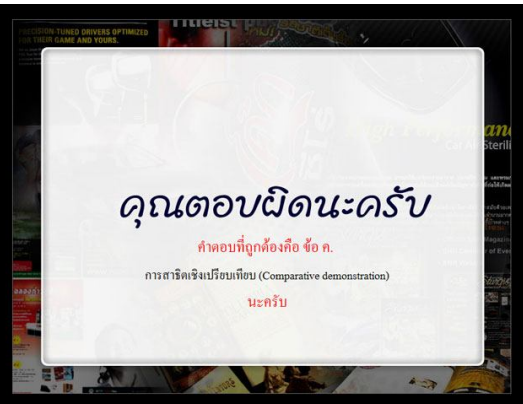


ภาพที่11 แบบฝึกหัดท้ายบท

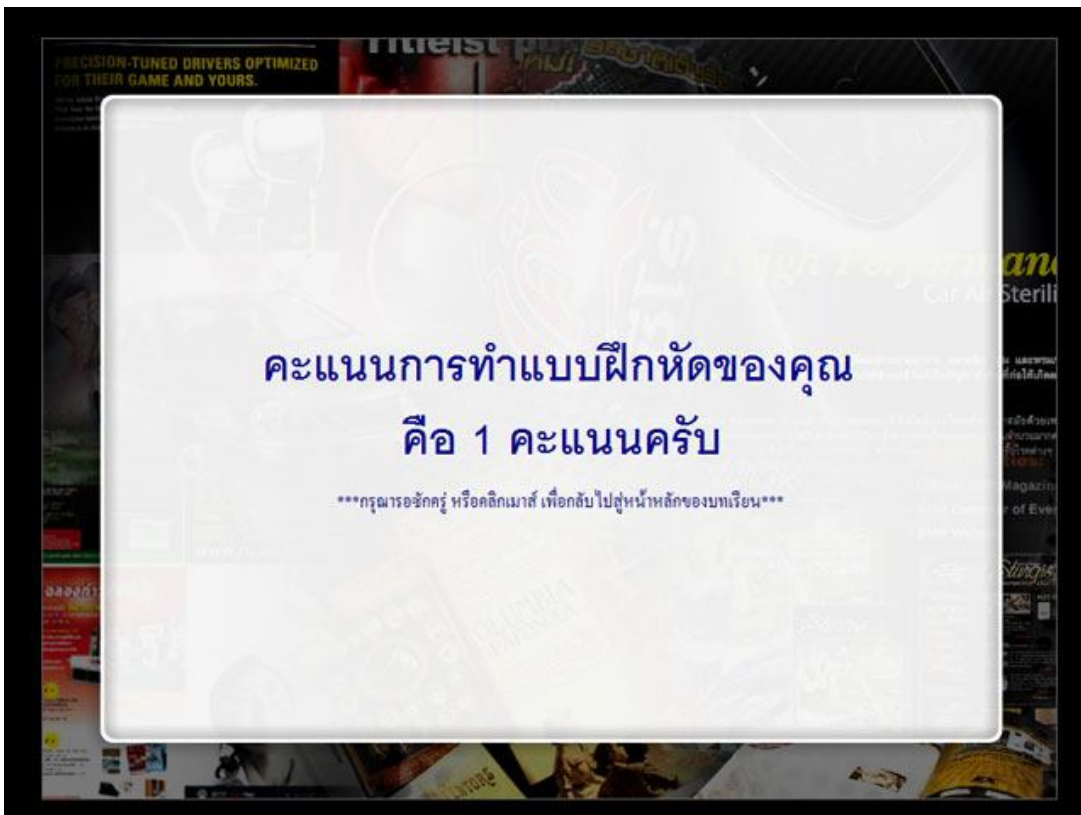
หน้าจอรายงานผลแบบฝึกหัด เมื่อผู้เรียนตอบแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน จะมีหน้าจอรายงานผลการตอบคำถามขึ้น นมารายงานผล หากตอบผิด จะมีเฉลยเพื่อให้ผู้เรียนได้ทราบคำตอบที่ถูกต้อง เมื่อทำแบบฝึกหัดครบทุกข้อ จะมีสรุปผลคะแนนเพื่อให้ผู้เรียนประเมินตัวเอง



ภาพที่ 12 รายงานผลการตอบคำถาม

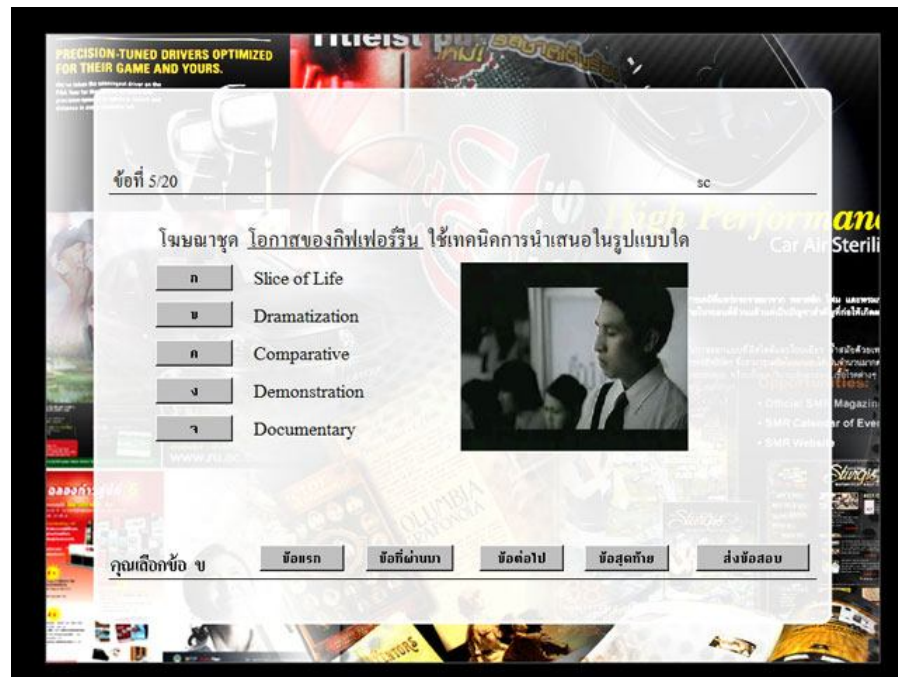


ภาพที่ 13 รายงานผลพร้อมเฉลย

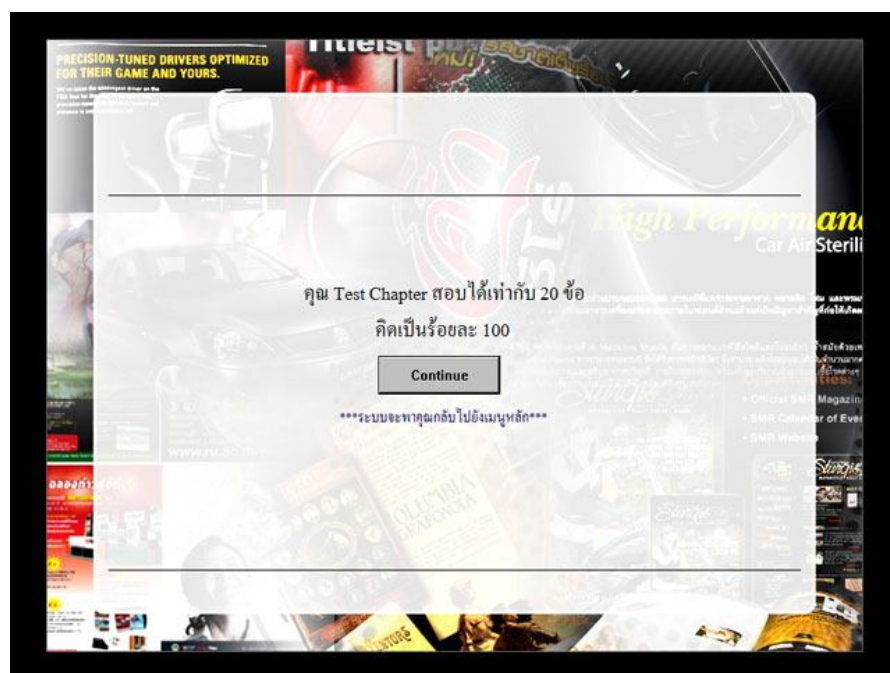


ภาพที่ 14 สรุปผลคะแนน

หน้าจอแบบทดสอบและรายงานผลแบบทดสอบ ในบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียขั้นนี้ จะจำลองลักษณะการทำข้อสอบเสมือนจริงของผู้เรียน คือสามารถกลับไปทบทวนตรวจคำตอบจนกว่าจะมั่นใจ ก่อนที่จะส่งข้อสอบและเมื่อระบบประมวลผลก็จะสรุปคะแนนออกมาให้ผู้เรียนได้ทราบ



ภาพที่ 15 แบบทดสอบ



ภาพที่ 16 รายงานผลแบบทดสอบ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายสุรเดช คงดี
วัน เดือน ปีเกิด	19 กรกฎาคม 2522
สถานที่เกิด	จังหวัดพิษณุโลก
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	109/970 ม.1 ตำบลลำผักกูด อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2543	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาไฟฟ้ากำลัง จาก วิทยาลัยเทคนิคมีนบุรี
พ.ศ. 2545	วท.บ. เทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรม จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
พ.ศ. 2553	กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ