

## 教學及學術成果

### A. 教學成果獲獎

- 榮獲 113 年度特殊優秀人才彈性薪資 優良教學獎。
- 榮獲 112 年度特殊優秀人才彈性薪資 卓越教學獎。
- 榮獲 111 年度特殊優秀人才彈性薪資 卓越教學獎。
- 榮獲 110 年度特殊優秀人才彈性薪資 卓越教學獎。
- 榮獲 110 年度特殊優秀人才彈性薪資 優良學術研究獎。
- 榮獲 109 年度特殊優秀人才 傑出教學獎。
- 榮獲 108 年度特殊優秀人才 優良教學獎。
- 榮獲 107 年度特殊優秀人才 傑出教學獎。
- 榮獲 110(2) PBL 問題導向學習課程 優良獎。
- 榮獲 111(1) 創新教學方法 佳作獎
- 榮獲 110(2) PBL 問題導向學習課程 優良獎
- 榮獲 110(1) PBL 問題導向學習課程 卓越獎。
- 榮獲 109(2) 創新教學方法 傑出獎。
- 榮獲 109(1) PBL 問題導向學習課程 優良獎。
- 榮獲 109 教師專業社群計畫 優良獎。
- 榮獲 108(1) 創新教學方法 優良獎。
- 榮獲 107(2) PBL 問題導向學習課程 卓越獎。
- 獲評 107 學年度教學意見調查回饋 優良教師。
- 獲評 106 學年度教學意見調查回饋 優良教師。
- 獲評 105 學年度教學意見調查回饋 優良教師。

### B. 指導學生獲獎

- 指導學生何若菱榮獲 2024 崇越論文大賞行銷組 特優論文獎(金牌)，台灣管理學會。
- 指導學生陳靖晴榮獲 2022 崇越論文大賞流通組 特優論文獎(金牌)，台灣管理學會。
- 指導學生阮莉鈞榮獲 2021 崇越論文大賞流通組 特優論文獎(金牌)，台灣管理學會。
- 指導學生林香蘭榮獲 2020 崇越論文大賞行銷組 優等論文獎(銀牌)，台灣管理學會。
- 指導學生林凱文榮獲 2015 崇越論文大賞行銷組 優良論文獎，台灣管理學會。
- 指導學生何若菱榮獲 2024 富邦論文大賽行銷組 優等獎(銀牌)，中華民國管理科學學會。
- 指導學生阮莉鈞榮獲 2021 富邦論文大賽行銷組 佳作獎，中華民國管理科學學會。
- 指導學生童怡靜榮獲 2020 富邦論文大賽行銷組 佳作獎，中華民國管理科學學會。
- 指導學生林香蘭榮獲 2020 富邦論文大賽行銷組 佳作獎，中華民國管理科學學會。
- 指導學生周春伶榮獲 111 年科技部大專生 研究創新獎。
- 指導學生楊雁如榮獲 105 年科技部大專生 研究創新獎。
- 指導學生陳泳至獲(112)國科會大專生研究計畫。
- 指導學生張幘翔獲(111)科技部大專生研究計畫。
- 指導學生周春伶獲(110)科技部大專生研究計畫。
- 指導學生彭筠筑獲(109)科技部大專生研究計畫。
- 指導學生陳昱萍獲(109)科技部大專生研究計畫。
- 指導學生游蕎甄獲(108)科技部大專生研究計畫。
- 指導學生楊雁如獲(105)科技部大專生研究計畫。

### C. 教育部教學實踐研究計畫

1. 謝致慧 (113)，應用 5G 頭戴式 XR 智慧教室解決商店現場觀察與丈量之問題，編號：PBM1133893。(計畫主持人)
2. 謝致慧(112)，O2O 世界咖啡館討論模式教學下教學互動程度對學習專注力之影響導，PBM1120159。(計畫主持人)
3. 謝致慧(111)，導入 O2O 世界咖啡館討論模式教學提升學習滿意度，PBM1110154，教育部績優計畫。(計畫主持人)
4. 謝致慧(110)，主客觀探究學習：個案研究方法對問題解決能力之影響，PBM1100862，教育部

**績優計畫。**(計畫主持人)

5. **謝致慧**(109), 橋接教學實踐與研究之差距: 應用 ERs 模型提升商管學生的商店規劃與設計能力, PBM1090416。(計畫主持人)
6. **謝致慧**(108), 透過實務教學與實作訓練接軌課程, 提升學生問題解決能力之學習成效: 學習心理模擬之中介效果, PBM1080182。(計畫主持人)

#### **D. 國科會(科技部)專題研究計畫**

1. **謝致慧** (113), 店內端架之數位廣告影響購買意圖與產品資訊滿意度: 產品熟悉度、廣告訴求之調節中介效果, 國科會:NSTC 113-2410-H-992-032。(計畫主持人)
2. **謝致慧** (112), 數位廣告調節手機視線範圍對衝動性購買意圖之影響, NSTC 112-2410-H-992-021。(計畫主持人)
3. **謝致慧** (111), COVID-19 疫情威脅影響零售療癒: 心理恐懼之關聯中介效果, MOST 111-2410-H-992-008。(計畫主持人)
4. **謝致慧** (109), 如何應用定位行動廣告推薦提升購買意圖, 科技部計畫編號: MOST 109-2410-H-992-016。(計畫主持人)
5. 凌儀玲、**謝致慧** (109), 從精準醫療到精準顧客服務: 任務複雜度與問題解決能力對 AI 客戶服務體驗之影響, 科技部計畫編號: MOST 109-2410-H-415-017。(共同主持人)
6. **謝致慧** (105), 應用 QR code 科技追溯有機食品戶籍之研究, 科技部計畫編號: MOST 105-2410-H-327-027。(計畫主持人)
7. **謝致慧** (104), 定位科技應用於餐飲業行動行銷之研究, 科技部計畫編號: MOST 104-2410-H-327-028。(計畫主持人)
8. **謝致慧** (101), 感官線索對消費者產品評價之影響, 國科會計畫編號: NSC 101-2410-H-327 - 042。(計畫主持人)
9. 凌儀玲、**謝致慧**, (100 三年期), 如果還有明天? 死亡顯著性對消費行為之影響, 國科會計畫編號: NSC 100-2410-H-415 -004 -MY3。(共同主持人)

#### **E. 學術期刊論文 (均有審查制度)**

1. **Shieh, Chih-Hui**, I-Ling Ling, Yenming J. Chen and Yi-Fen Liu\* (2025) Effect of Location-Based Advertising Filtering Mechanism in Smart Service, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 82, 104113 【SSCI, JIF = 11.0, Q1 in Business, ABDC A ranking】. 國科會研究計畫成果 MOST 109-2410-H-992-016 -.
2. **Shieh, Chih-Hui**, I-Ling Ling, and Yi-Fen Liu\* (2024), The role of privacy-related factors in consumer perceptions of smart advertising, *Journal of Service Theory and Practice* 【SSCI, JIF = 4.6, Q2 in Business, ABDC A ranking】. 科技部研究計畫成果 MOST 104-2410-H-327-028.
3. Yingzi Xu, **Chih-Hui Shieh**, Patrick van Esch, and I-Ling Ling\* (2020), AI Customer Service: Task Complexity, Problem-solving Ability, and Usage Intention, *Australasian Marketing Journal*, Vol. 28, No. 4, pp. 189-199. 【ESCI, JIF = 6.0, Q2 in Business, ABDC A ranking】
4. I-Ling Ling, Yi-Fen Liu\*, Chien-Wei Lin and **Chih-Hui Shieh** (2020), Exploring IKEA effect in self-expressive mass customization: Underlying mechanism and boundary conditions, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 37, No. 4, pp. 365-374. 【ESCI, JIF = 2.8, Q2 in Business, ABDC A ranking】
5. **Chih-Hui Shieh**, Yingzi Xu, and I-Ling Ling\* (2019), How location-based advertising elicits in-store purchase, *Journal of Services Marketing*, Vol. 33 No. 4, pp. 380-395. 【SSCI, JIF = 3.9, Q2 in Business, ABDC A ranking】. 科技部研究計畫成果 MOST 104-2410-H-327-028.
6. **Chih-Hui Shieh\***, I-Heng Hsieh (2016), The Effects of Location-based Mobile Marketing between Push and Pull on Usage Intentions, *Journal of Advances in Information Technology*, 7(2): 134-139. 【ESCI, JIF = 1.0】
7. I-Ling Ling, **Chih-Hui Shieh\***, and Jun-Fang Liao (2012), The Higher the Price the Better the Result? The Placebo-Like Effects of Price and Brand on Consumer Judgments, *Theoretical Economics Letters*, 2(3): 264-269. (EconLit; ABDC/B)
8. **謝致慧\*** (2022), 「健康功效認證影響購買意願: 道德情感評價之關聯中介效果」, *中山管理評論 (TSSCI)*, 30 卷 3 期: 469~513。
9. 凌儀玲、**謝致慧\***、周楷能 (2019), 視窗關閉動作對消費者後悔與選擇滿意度之影響, *中山管理*

評論 (TSSCI), 第 27 卷 第 2 期, 419-450。

10. 謝致慧\* (2016), 產品評價的感官心理模擬過程研究, *中山管理評論 (TSSCI)*, 第 24 卷 第 1 期, 115-151。國科會研究計畫成果 101-2410-H-327-042。
11. 謝致慧、凌儀玲 (2014), 死亡威脅下人生觀對享樂與實用消費之影響, *臺大管理論叢 (TSSCI)*, 25(1):157-184。國科會研究計畫成果 00-2410-H-415-004-MY3。

#### F. 研討會論文 (均有審查制度)

1. **Chih-Hui Shieh** (2024), The Effects of Gameful Rewards and Retail Therapy in Consumers' Purchase Intentions, The 30th INTERNATIONAL CONFERENCE Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science, Fuerteventura, Spain, 27/06/2024 - 30 /06/2024(國科會補助: MOST-113-2914-I-992-001-A1)
2. **Chih-Hui Shieh**, Shu-Wei Wu, Jo-Ling Ho\* (2023), Location-Based Advertising Filtering Mechanism Effects Behavioral Intention, ANZMAC Conference 2023. Australia and New Zealand Marketing Academy, University of Otago, New Zealand, 4-6 December 2023 (國科會補助: MOST-112-2914-I-992-007 -A1)
3. **Chih-Hui Shieh**, Chieh-Li Lee\*, I-Ling Ling (2020), Who Matters: The Effectiveness of Location-Based Mobile Marketing on Mobile Segmentation, 2020 AMA Summer Academic Conference (virtual conference), 18 - 20 August 2020. American Marketing Association (科技部計畫: MOST-109-2922-I-992-006)
4. **Chih-Hui Shieh**, Chieh-Li Lee\*, Yi-Shi Lin (2019), The moderate effects of name of meal on the menu form and customers' decision-making quality, 10th International Research Symposium in Service Management Dubai (IRSSM-10), Dubai, United Arab Emirates, October 06-09.
5. I-Ling Ling, **Chih-Hui Shieh** (2019), *Who Matters: The Effectiveness of Location-Based Mobile Marketing on Usage Intention*, 26th International Conference on Recent Advances in Retailing And Services Science (RARCS), Tallin, Estonian, July 08-11.
6. **Chih-Hui Shieh\***, Ling-Yan Yan (2017), *The Impact of Organic Rice Traceability Information and Quick Response Code-Directed Media Form on Purchase Intention in Taiwan*, Second International Conference on Advances in Human Nutrition, Food Science & Technology 2017 Toronto, Canada, July 08-09. (科技部計畫: MOST 105-2410-H-327-027)
7. **Chih-Hui Shieh\***, I-Heng Hsieh (2016), *The Effects of Location-based Mobile Marketing between Push and Pull on Usage Intentions*, 2016 4th International Conference on Innovation and Information Management, Brisbane, Australia, January 18-19. (科技部計畫: MOST 104-2410-H-327-028)
8. **Shieh, Chih-Hui\***, I-Ling Ling, Yung-Chuan Huang (2014), *The Effect of Sensory Cues and Need for Tactile on Product Evaluation*. The 19th Asia-Pacific Decision Sciences Institute Conference, Yokohama, Japan, July 18-22. (科技部補助: 103-2914-I-327 -002 -A1)
9. Yung-Chuan Huang, I-Ling Ling, **Chih-Hui Shieh\*** (2014), *The Impact of Purchase type on Happiness and Sharing: The Moderating Role of Materialism*. The 19th Asia-Pacific Decision Sciences Institute Conference, Yokohama, Japan, July 18-22.
10. I-Ling Ling, **Chih-Hui Shieh\***, (2013), *The Effect of Mortality Salience on Hedonic Consumption And Utilitarian Consumption*, The Academy of Marketing Science 16th Biennial World Marketing Congress, Melbourne, Australia, July 17-20.
11. **Shieh, Chih-Hui\***, I-Ling Ling, Po-Cheng Chen (2013), *The Effect of Sensory Cues and Cognitive load on Willingness to Pay*. 2013 International DSI and Asia Pacific DSI conference, Bali, Indonesia, July 10-13. (國科會補助: 101-2410-H-327-042)
12. I-Ling Ling, **Shieh, Chih-Hui\*** (2013), *The Role of Attachment to Self-designed Product: The Mediator of Involvement in Shaping Evaluation*. 2013 International DSI and Asia Pacific DSI conference, July 10-13, 2013 Bali, Indonesia.
13. I-Ling Ling, Jun-Fang Liao, **Chih-Hui Shieh\***, (2012), *The Higher the Price the Better the Result? The Placebo-Like Effects of Price and Brand on Consumer Judgment*, 2012 Asia Pacific Association for Consumer Research Conference, Queenstown, New Zealand, July 6-8. (國科會補助: 101-2914-I-025-003-A1)

14. Ling, I-Ling, **Chih-Hui Shieh\***, and F. J. Kuo, (2012), *The Effects of Reference Price and Aesthetic Preference on the Price of Willingness-to-Sell for Self-designed Products*, Western Decision Sciences Institute, 41st Annual Meeting, Hawaii, U.S.A. April 3-6.
15. **Chih-Hui Shieh\***, I-Ling Ling, (2010), *The Effects of Music and Queuing Information on Perception of Download Waiting Time*, Northeast Decision Sciences Institute 2010 Annual Conference, Washington, D.C., U.S.A. March 26-28. (國科會補助: 99-2922-I-415-007)
16. I-Ling Ling, **Chih-Hui Shieh\***, & Wan-Ying Lin (2009), *Because of you? An Empirical Study of Sabotage Behavior by Frontline Personnel*, 2009 INFORMS International Conference on Service Science (ICSS2009), Hong Kong. August 6-8. (國科會補助: 98-2922-I-415-002)