

## 教學及學術成果

### A. 教學成果獲獎

- 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

- 指導學生陳靖晴榮獲 2022 崇越碩士論文大賞 流通領域管理類 特優論文獎，台灣管理學會。
- 指導學生阮莉鈞榮獲 2021 崇越碩士論文大賞 流通領域管理類 特優論文獎，台灣管理學會。
- 指導學生林香蘭榮獲 2020 崇越碩士論文大賞 行銷與網路行銷組 優等論文獎，台灣管理學會。
- 指導學生林凱文榮獲 2015 崇越碩士論文大賞 行銷管理組 優良論文獎，台灣管理學會。
- 指導學生阮莉鈞榮獲 2021 管理博碩士論文獎 佳作獎，中華民國管理科學學會。
- 指導學生童怡靜榮獲 2020 管理博碩士論文獎 佳作獎，中華民國管理科學學會。
- 指導學生林香蘭榮獲 2020 管理博碩士論文獎 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

- 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)
- 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。(計畫主持人)

- 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，教育部評定績優計畫。(計畫主持人)
- 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)
- 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

- 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)
- 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)
- 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)
- 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)
- 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)
- 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)
- 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)
- 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。(協同主持人)

#### E. 學術期刊論文 (均有審查制度)

1. 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。
2. 謝致慧 (2022)，「實務教學與實作訓練影響學習成效：學習心理模擬之中介效果」，*商管科技季刊*，23 卷 2 期:133-162。
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. 【ABDC A ranking, ESCI】.
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. 【ABDC A ranking, ESCI】.
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, IF = 5.25, Q1 in Marketing, Q2 in Business, ABDC A ranking】. 科技部研究計畫成果 MOST 104-2410-H-327-028.
6. 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。
7. 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. (INSPEC)

8. 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。
9. 黃永全、謝致慧\*、賴靜瑩、周逸衡 (2015), 消費者購買旅遊商品選擇決策模式之研究-兼論不同行銷通路, *觀光旅遊研究學刊*, 第 10 卷 第 1 期, 1-17。
10. 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。
11. Rong-Chang Chen.\*, Chih-Hui Shieh, K.T. Chan, S.Y. Chiu, J.Y. Fan, Y.T. Chang, N.J. Ma (2013), A Systematic Approach to Order Fulfillment of On-demand Delivery Service for Bento Industry, *Procedia Computer Science*, 17: 96-103. (ISSN: 1877-0509) (Scopus)
12. 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。 (ISSN Print: 2162-2078) (EconLit; ABDC/B)

#### F. 研討會論文

1. **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)
2. **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.
3. 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.
4. **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)
5. **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)
6. **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)
7. 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.
8. 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.

9. **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)
10. 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.
11. 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)
12. 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.
13. **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)
14. 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)
15. 謝致慧 (2022), 「主客觀探究學習：個案研究方法對問題解決能力之影響」, 2022 教學實踐研究研討會(線上), 國立高雄科技大學, 2022/07/15。
16. 謝致慧, (2021), 「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」, 2021 成功大學跨域創新教學研討會(線上), 國立成功大學, 2021/09/29-30。
17. 謝致慧, (2020), 「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」, 2020 教學實踐研究研討會(線上), 國立高雄科技大學, 2020/07/03。
18. 謝致慧 (2019), 教師教學創新:商店規劃與設計, 2019 教學實踐研究研討會, 國立高雄科技大學, 2019/06/21。
19. 謝致慧(2017), 健康食品雙效認證之研究：道德情感評價觀點, 管理學報「新環境趨勢下的消費行為與行銷策略」, 國立政治大學, 06 月 02 日。
20. **謝致慧\***、林太極、郭怡玲、楊雁如、楊惠筑、林子軒、劉家綺 (2017), 有機食品展售區位叢集對購買意圖之影響, 2017 資訊管理暨電子商務經營管理研討會, 台東大學, 05 月 12、13 日。
21. **謝致慧\***、沈婉楨、周耿慧、何語涵、陳君慈 (2016), 小綠人功能認證影響消費者購買意圖之研究, 2016 資訊管理暨電子商務經營管理研討會, 台東大學, 05 月 13、14 日。
22. **謝致慧\***、林品瀚、成曼薇、沈明宏、張婉柔 (2015), 零售包裝應用顏色適配之研究, 2015 經營管理研討會, 國立臺北科技大學, 06 月 12 日。(優秀論文獎)
23. **謝致慧\***、吳書維、李宜倫、林培茵、陳育慧 (2015), 定位行動行銷應用於咖啡店之研究, 2015 經營管理研討會, 國立臺北科技大學, 06 月 12 日。(優秀論文獎)
24. **謝致慧\***、陳彥匡、徐鈺雯 (2014), 定位行動行銷類型對使用意圖的影響, 2014 台灣科技大學管理新思維學術研討會, 國立臺灣科技大學, 11 月 07 日。(最佳論文獎)
25. **謝致慧\***、沈雅琪、徐鈺雯, (2013), 視覺與觸覺感官對食品與用品購買意願之影響, 2013 第五屆管理創新與行銷專案研討會, 國立高雄應用科技大學, 06 月 22 日。

26. 謝致慧\*、徐鈺雯、沈雅琪，(2013)，多重感官線索對產品吸引力與產品評價之影響，2013 台灣商管與資訊研討會，國立臺中科技大學，05 月 24 日。
27. 謝致慧\*、黃永全、陳亞萱，(2012)，搭售方案、群體規模對購買旅遊產品之影響，2012 第六屆海峽兩岸企業管理學術研討會，國立中山大學，10 月 03~04 日。
28. 謝致慧\*、黃永全、凌儀玲、陳亞萱，(2012)，搭售方式對餐飲消費之影響：價格資訊的調節效果，2012 第四屆管理創新與行銷專案研討會，06 月 15 日。
29. 謝致慧\*、黃永全、凌儀玲、陳亞萱，(2012)，價格資訊對旅遊消費之影響，2012 第一屆海洋觀光暨運動休閒產業國際學術研討會，06 月 01~03 日。
30. 黃永全、謝致慧\*、凌儀玲、賴靜瑩，(2012)，消費者購買旅遊商品選擇決策模式之研究，2012 銘傳大學觀光研討會，3 月 17 日。
31. 謝致慧\*、凌儀玲、謝依恆，(2011)，死亡威脅對消費行為影響之研究：人生觀的調節效果，2011 管理理論與實務研討會-全球經濟環境下的管理轉型，臺大管理論叢，中國上海，11 月 11-12 日。
32. 謝致慧、黃永全、凌儀玲、廖運偉，(2011)，台灣國家公園經營績效與遊客知覺關聯性之研究，2011 海洋休閒管理暨水域運動產業發展學術研討會，11 月 11 日。
33. 謝致慧、黃永全、凌儀玲、林容瑜，(2011)，訊息框架、議題類型與來源可信度之說服效果，第六屆中華商管科技學會年會暨學術研討會，國立雲林科技大學，11 月 4 日。
34. 謝致慧\*、凌儀玲、謝依恆，(2010)，建構餐飲業服務創新經營模式:行銷組合策略觀點，2010 年產業創新與科技管理研討會，國立屏東科技大學，1 月 23 日。
35. 林永權、謝致慧、林宇楠，(2009)，實質選擇權法應用於汽車業區域經銷商擴點投資決策之評估，第六屆服務業管理與創新學術研討會，國立澎湖科技大學，9 月 25~26。
36. 謝致慧\*、謝依恆、林永權，(2009)，以動態能力觀點探討連鎖餐廳持續競爭優勢 - 以王品餐飲集團為例，2009 創新創業與企業永續經營研討會，國立屏東商業技術學院，5 月 15 日。
37. 謝致慧、張彥輝、陳玄愷、王秀綺，(2008)，台灣瓶裝飲用水消費者選購因素與消費類型之探討，2008 年中華商管科技學會年會暨學術研討會，10 月 24 日。
38. 張彥輝、陳玄愷、謝致慧、王秀綺，(2008)，台灣包裝水市場經營成功關鍵因素之研究，2008 年中華商管科技學會年會暨學術研討會，10 月 24 日。