|  |
| --- |
| **教學及學術成果** |
| 1. **教學成果獲獎** |
| * 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。 |
| 1. **指導學生獲獎** |
| * 指導學生阮莉鈞榮獲2021崇越論文大賞 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。 * 指導學生楊雁如榮獲105年科技部大專生 研究創新獎。 * 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。 |
| 1. **教育部研究計畫** |
| * 110 學年度教育部教學實踐研究計畫: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，計畫編號：PBM1100862。 * 109學年度教育部教學實踐研究計畫: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，計畫編號：PBM1090416。 * 108學年度教育部教學實踐研究計畫: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，計畫編號：PBM1080182。 |
| 1. **教學研究論文** |
| *期刊論文(均有審查制度)*   * 謝致慧 (2021)，「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， 卷 期: ~。(2021.10.12接受刊登)   *研討會論文*   * 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。 * 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。 * 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。 |
| E. **科技部專題研究計畫** |
| * **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) |
| **F. 學術期刊論文 (均有審查制度)** |
| * 1. **謝致慧****＊** (2020)，「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)**， 卷 期: ~。(2020.09.09接受刊登)   2. 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, N0. 4, pp. 189-199. 【ABDC A ranking, ESCI】.   3. 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】.   4. **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 = 4.466, Q1 in Marketing, Q2 in Business, ABDC A ranking】. 科技部研究計畫成果MOST 104-2410-H-327-028.   5. **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**。   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. (INSPEC)   7. **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。   8. **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。**   9. **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。   10. 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)**   11. 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)** |
| **G. 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-HuiShieh＊** (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(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。 16. **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。 17. **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。 18. **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) 19. **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) 20. **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) 21. **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。 22. **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。 23. **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。 24. **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。 25. **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。 26. 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。 27. **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。 28. **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。 29. **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。 30. **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。 31. 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。 32. **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。 33. **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。 34. 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。 |