

# 中國科技大學補助教師參加校外研習心得報告

## 2024 台灣行銷研討會 及 島嶼管理與觀光實務研討會研習報告

會議日期：2024 年 05 月 03 至 4 日（星期 五至六）

中文發表者，除了本人的屬於觀光及休閒管理經營管理外，偏重行銷方面有顧客關係管理對服務品質與顧客忠誠度影響之研究，以中部健身房俱樂部為例、以劇場理論探討線上導覽隊體驗價值與場所依戀之研究、探討機器人智慧酒店的消費者使用意圖等。大家的討論中也可以發現健身房事業不易經營，其所面臨的挑戰來自公家單位便宜及方便的運動中心，如果沒有特殊目標市場，確實不容易持續經營。

另外，在新冠疫情期間，無法至戶外活動，加速 AR、VR 及元宇宙在生活東的應用嘗試。不過，現場與會者也紛紛表示，實體體驗的樂趣有些是虛擬世界無法給予的，例如演唱會，而近期也在發展虛擬 DJ，也是很好的例子。

備註：

一、研習心得報告請用電腦繕打。

二、研習結案報告請先上傳（校園入口網→其它類 E 化系統→研討會心得上傳），連同補助教師校外研習申請表、研習相關資料影本(4 頁以上)及研習心得報告，並經主管簽章後，送人事室核銷。

報告人簽章	單位主管簽章	人事室主任簽章
年 月 日	年 月 日	年 月 日

# 中國科技大學補助教師參加校外研習心得報告

「2024 台灣行銷研討會暨島嶼管理與觀光實務研討會」研習報告  
會議日期：2024 年 05 月 03 至 4 日 (星期 五至六)

此次研討會由「台灣行銷研究學會」與澎湖科技大學的「觀光與休閒學院」、「人管理學院」共同舉辦的 2024「台灣行銷研討會暨島嶼管理與觀光實務研討會」。研討會主題聚焦在如何更有效地運用當代行銷機制，如 AI 與科技行銷等新工具以及永續發展等 ESG 議題用於觀光與休閒事業，尤其是島嶼觀光發展與管理實務。

會議場次分為實體及遠距，遠距在 5/3 早上舉行，許多文章非常有趣，如網紅自創品牌與超商品牌連明知消費者觀點、從心探星?探究米其林綠星餐廳消費價值認知與影響購買決策因子、哆啦 A 夢的任意門 - 探討消費者購買虛擬私人網路之原因、包裝設計意象研究 - 以醫療級保養品精華液為例、The Influence of Chatbot Across Different Stage of Online Consumer Behavior、烘培觀光工廠互動體驗與品牌形象對品牌價值之影響：顧客契合之中介效果等。2 天共 13 個場次，來自全國各地的大學學者與研究生，及企業界人士，齊聚澎湖科大提供的學術平台，交流分享學術研究成果，希望能激盪出更多的創意與心得提供觀光及休閒事業產業的發展，在海風吹拂中，藉由簡報、評論及討論，所有與會者都收穫滿滿。

我參加的場次是 B3，主持人是台北大學的講座教授，現任大葉大學管理學院院長，除兼任評論人外，評論人還有一位是國防大學管理學院的吳碧珠副教授。B3 場次有 7 篇，從 14:00 至 18:00，中間有 5 分鐘休息。有 2 篇是來自中央大學的印尼外籍生的發表， Brand Awareness, Brand Trust, Brand Familiarity Unpacking Brand Love and Brand Loyalty in Behavioral Intention，以及 A study of Metaverse Concert Participation。

外籍研究生將研究成果發表，評論人針對其文獻探討及研究方法有提出很有幫助的指導建議，其中有關 AR、VR 與元宇宙的說明及應用也頗為有趣，雖然還需要更嚴謹的探討及研究方式。