



朝陽科技大學

111 年度 PBL 問題解決導向學習課程
成果報告書

【智慧零售實作課程】

執行系別：行銷與流通管理系

授課教師：李冠穎

中華民國一一一年十一月十六日

目 錄

壹、PBL 問題解決導向學習課程基本資料.....	1
貳、PBL 問題解決導向學習課程運作狀況.....	2
參、PBL 問題解決導向學習課程執行成效.....	3

壹、PBL 問題解決導向學習課程基本資料

授課教師	李冠穎			所屬系所	行銷與流通管理系
聯絡電話	0939880181			E-mail	kylee@cyut.edu.tw
課程名稱 (含課號)	智慧零售實作	課號	1 4 6 4	學年度 學期	__111__學年度__1__學期
課程類別	☐ 一般教學課程 ☒ 專業科目課程 ☐ 實習課程 ☐ 語言學習課程 ☐ 其他，請說明：_____				

☒申請經費補助 A 方案

科目		編列上限	內容說明
業務費	印刷費	10,000	計畫執行所需印刷、影印、裝訂等費用。
	工讀費	8,400	協助教材製作、課程進行所需工讀費，168 元/時，校內學生支領。(1 人次為原則)
	材料費	4,000	教材製作所需，如美術、化學用品、食材等特殊耗材。
	勞工保險	307	依據本校勞工保險分攤金額表。(投保 10 天)
	勞工退休金	174	依據勞工退休級距表提繳工資 6%。
雜支		800	與計畫相關之紙張、光碟、隨身碟及耗材文具等。
總經費		23,681	每門課程編列補助總額至多以 23,681 元為原則。

☐申請經費補助 B 方案

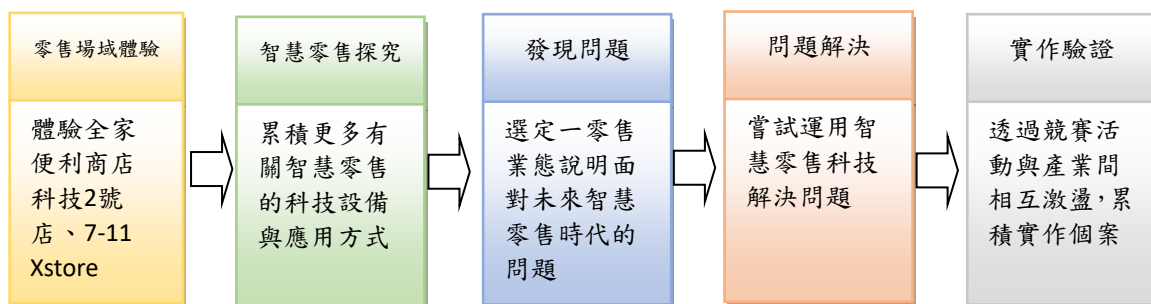
科目		編列上限	內容說明
業務費	印刷費	10,000	計畫執行所需印刷、影印、裝訂等費用。
	工讀費	4,200	協助教材製作、課程進行所需工讀費，168 元/時，校內學生支領。(1 人次為原則)
	材料費	8,200	教材製作所需，如美術、化學用品、食材等特殊耗材。
	勞工保險	154	依據本校勞工保險分攤金額表。(投保 5 天)
	勞工退休金	45	依據勞工退休級距表提繳工資 6%。
雜支		800	與計畫相關之紙張、光碟、隨身碟及耗材文具等。
總經費		23,399	每門課程編列補助總額至多以 23,399 元為原則。

貳、PBL 問題解決導向學習課程運作狀況(說明如何運作 PBL 問題解決導向教學法、實施之週數、學生反應狀況學習等)

一. 單元設計構想

隨著全通路行銷、智慧零售及連鎖加盟發展等趨勢，通路產業已邁向國際化、科技化、連鎖化、人性化等特色。尤其是虛擬通路伴隨著資訊科技快速崛起，人才之需求也隨之改變。本系也在智慧零售與全通路行銷發展趨勢，注重理論與實務結合，培育跨領域人才。本課程融合問題導向式學習(PBL)，以實作並參與競賽活動為目標，行動式學習來培養智慧零售的未來人才。

邀請業師分享實務場域新零售課技之應用與目前面臨的挑戰，同時將實作場域從校內延伸至校外，豐富學生學習資源



二. PBL 學習單設計

請各組回顧目前撰寫的企劃案，並彙整期中考週老師提出之問題

紀錄小組每個人的發言

Tronclass 提供智慧零售相關資料，請同學自行選擇相關主題上網閱讀

S1 閱讀問題，進行組內討論、思考與提出衍生問題

S2 定義名詞與概念

S3 閱讀教師提供之參考個案

S4 根據 S1~S3，決定智慧零售學習議題

S5 分工尋找 S4 學習議題相關資料或決定議題的學習順序

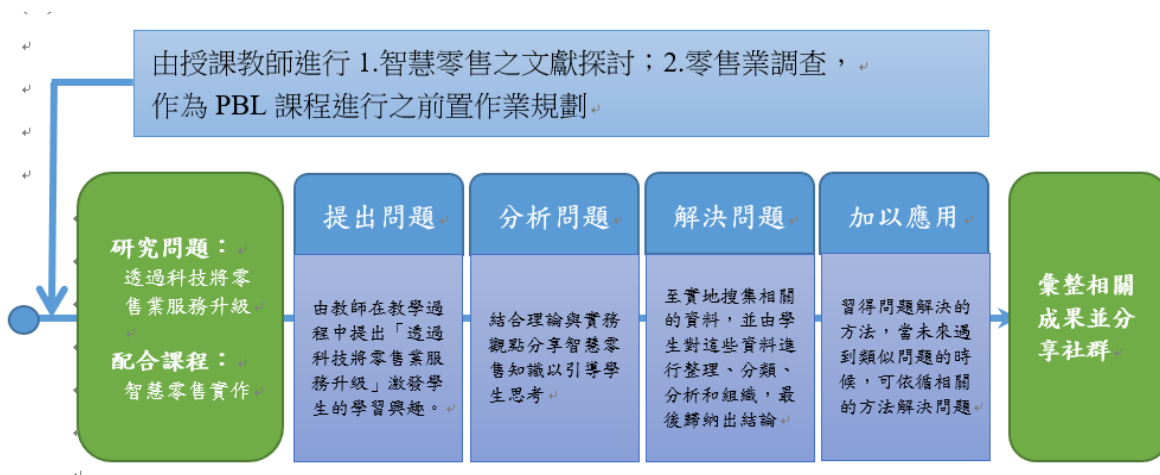
S6 應用 S5 自學新知在尋找智慧零售計畫案上

S7 回顧與總結學習到的新知與能力、自評與評量組員的貢獻度、回饋全組合作學習表現

時間限制

紀錄小組每個人的發言

三. 教學策略實施



四. 實施之週數

周次(堂次)	課程主題	課程討論
1	將由授課教師介紹零售實作課程欲培養的知能與成果，以及同學所需付出的責任和義務，供同學選課參考	課程介紹
2	智慧零售在產業的發展與挑戰	智慧零售市場 STP
3	智慧零售在產業的應用	SDGs 和智慧零售品牌定位
4	智慧零售之痛點	智慧零售消費者痛點
5	分享 AR/VR 實境技術於智慧零售在產業的發展與挑戰	消費者旅程
6	於本系全通路實驗室體驗 AR/VR 實境技術	商業模式應用
7	ICT 技術於智慧零售在產業的發展與挑戰	智慧零售企業分析
8	智慧零售關於 ICT 的挑戰與應用	ICT 應用
9	反思目前的學習現況，和零售產業新知了解的現況	期中反思
10	智慧零售行銷企劃提案	智慧零售行銷企劃提案-應用 PBL 學習法
11	行銷科技應用	智慧零售企劃案討論與修正
12	將邀請業師分享影像及數據技術於智慧零售在產業的發展與挑戰	智慧零售企劃案討論與修正
13	資策會經理演講-智慧零售科技之應用與挑戰	

14	將帶領班級至台北參訪全家便利商店的科技2號店或7-11的 X store	校外參訪 1. 全家便利商店科技概念2號店：IoT 設備監控、電子標籤、互動貨架
15	校外學習融入企畫案	
16	參與外部競賽活動	智慧零售創新提案：學期成果報告
17	參與外部競賽活動	智慧零售創新提案：學期成果報告
18	將由授課教師介紹零售實作課程欲培養的知能與成果，以及同學所需付出的責任和義務，供同學選課參考	課程介紹

參、PBL 問題解決導向學習課程成效

一、PBL 問題解決導向學習課程紀錄列表

日期	課程主題	討論主題																																				
10 月 6 日	消費者旅程	分析所選品牌之消費旅程痛點																																				
各組討論成果																																						
消費前 痛點 - 如何創作品 - 產品在架 - 不知道有賣什麼 - 營業時間 顧客行為需求 - 如何用最少的時間到達? - 找到離家最近的店 - 有賣我想要的商品嗎? - 現在去不知道有沒有開? 解決方法 1. 使用 Google map 2. 門市搜尋 3. App 4. 電話 消費中 - 找不到想要的商品 - 不知道該買什麼 - 動線混亂 - 不知道該買什麼 - 不知道該買什麼 顧客行為需求 - 選擇正確商品 - 不清楚該買什麼 - 不清楚該買什麼 - 不清楚該買什麼 - 不清楚該買什麼 解決方法 1. 電子看板 2. 使用商品 App 3. 動線指引, 使用 AI 裝置引導 4. 店內 Wi-Fi, QR code 消費後 - 商品質量不佳 - 等待時間過久 - 還貨流程繁瑣 - 不清楚該買什麼 - 不清楚該買什麼 顧客行為需求 - 拿到品質良好的商品 - 快速結帳 - 不清楚該買什麼 - 不清楚該買什麼 - 不清楚該買什麼 解決方法 1. AI 品質檢測 2. 自助結帳 3. 標上智慧標籤引導																																						
智慧零售實作 學習單 2022/9/29 1. 選擇零售品牌/問題情境 組別: No. 2 Nike 2. 接觸點和解決方案 (1) 消費前 <table border="1"> <thead> <tr> <th>痛點</th><th>顧客行為需求</th><th>解決方法</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> </tbody> </table> (2) 消費中 <table border="1"> <thead> <tr> <th>痛點</th><th>顧客行為需求</th><th>解決方法</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> </tbody> </table> (3) 消費後 <table border="1"> <thead> <tr> <th>痛點</th><th>顧客行為需求</th><th>解決方法</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> </tbody> </table> 3. 企業的問題/企劃的目的 智慧APP, 設計出顧客常見問題及其問題的解決辦法 11034023 11034018 11034015 11034016 11034017 11034018 11034019 11034020 11034021 11034022 11034023 11034024 11034025 11034026 11034027 11034028 11034029 11034030 11034031 11034032 11034033 11034034 11034035 11034036 11034037 11034038 11034039 11034040 11034041 11034042 11034043 11034044 11034045 11034046 11034047 11034048 11034049 11034050 11034051 11034052 11034053 11034054 11034055 11034056 11034057 11034058 11034059 11034060 11034061 11034062 11034063 11034064 11034065 11034066 11034067 11034068 11034069 11034070 11034071 11034072 11034073 11034074 11034075 11034076 11034077 11034078 11034079 11034080 11034081 11034082 11034083 11034084 11034085 11034086 11034087 11034088 11034089 11034090 11034091 11034092 11034093 11034094 11034095 11034096 11034097 11034098 11034099 11034100			痛點	顧客行為需求	解決方法	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	痛點	顧客行為需求	解決方法	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	痛點	顧客行為需求	解決方法	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品
痛點	顧客行為需求	解決方法																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
痛點	顧客行為需求	解決方法																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
痛點	顧客行為需求	解決方法																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
智慧零售實作 學習單 2022/9/29 1. 選擇零售品牌/問題情境 組別: 三 星巴克 2. 接觸點和解決方案 (1) 消費前 <table border="1"> <thead> <tr> <th>痛點</th><th>顧客行為需求</th><th>解決方法</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> </tbody> </table> (2) 消費中 <table border="1"> <thead> <tr> <th>痛點</th><th>顧客行為需求</th><th>解決方法</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> </tbody> </table> (3) 消費後 <table border="1"> <thead> <tr> <th>痛點</th><th>顧客行為需求</th><th>解決方法</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> <tr> <td>不知道該買什麼?</td><td>找商品</td><td>找商品/買東西/找商品</td></tr> </tbody> </table> 3. 企業的問題/企劃的目的 智慧APP, 設計出顧客常見問題及其問題的解決辦法			痛點	顧客行為需求	解決方法	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	痛點	顧客行為需求	解決方法	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	痛點	顧客行為需求	解決方法	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品	不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品
痛點	顧客行為需求	解決方法																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
痛點	顧客行為需求	解決方法																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
痛點	顧客行為需求	解決方法																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
不知道該買什麼?	找商品	找商品/買東西/找商品																																				
品牌: TASTY 消費前: 1. 訂位問題 2. 停車問題 3. 餐廳評價 消費中: 1. 候位時間長 2. 需求點介紹 3. 出餐速度 消費後: 1. 付款問題 2. 餐後評論 3. 優惠/折扣																																						

123 McDonald's

前

痛矣

- 排隊排很久
- 活動資訊不清楚

行為需求

趕時間

想先知道活動資訊

解決方式

線上預訂餐桌

櫃檯旁新增平板附上當月活動

中

- 餐桌機使用有困難
- 醬料包拿取不易

不會使用操作上有時需人員來協助

醬料包不夠用

機器旁放連線對講機

新增醬料機

後

- 找不到用餐位置
-

想內用

第五組

☆ X 11 顆

門口新增顯示桌椅和空位的螢幕

智慧零售實作 學習單

2022/9/29 組別: 6 黃美姿 林淑玲 黃美玲

1. 選擇零售品牌/問題情境

IKEA

2. 接觸點和解決方案

接觸點	顧客行為需求	解決方法
消費前	想先知道活動資訊	在櫃檯旁新增平板附上當月活動
消費中	不會使用操作上有時需人員來協助	機器旁放連線對講機
消費後	找不到用餐位置	門口新增顯示桌椅和空位的螢幕

3. 企畫的問題/企劃的目的

99 65 080 003 033

智慧零售實作 學習單

2022/9/29 組別: 4 黃美姿 林淑玲 黃美玲

1. 選擇零售品牌/問題情境

星巴克

2. 接觸點和解決方案

接觸點	顧客行為需求	解決方法
消費前	想先知道活動資訊	在櫃檯旁新增平板附上當月活動
消費中	不會使用操作上有時需人員來協助	機器旁放連線對講機
消費後	找不到用餐位置	門口新增顯示桌椅和空位的螢幕

3. 企畫的問題/企劃的目的

907 8
06
11034081
11034092
11034061

5

智慧零售實作 學習單

2022/9/29 組別: 11

1. 選擇零售品牌/問題情境
711

2. 接觸點和解決方案

(1) 消費前

痛點	顧客行為需求	解決方法
找不到停車位	得時間	設置小型停車場
ibon怎麼用	首次使用	提供使用流程(網址)
有沒有廁所	需要上廁所	設置網路地圖
有沒有提款機	急需用錢	設置網路地圖
聯名	新鮮感	

(2) 消費中

痛點	顧客行為需求	解決方法
商品在哪裡	不同類商品放在一起	設牌子
影印紙怎麼用	沒使用過影印機	智能機器人聲音教學
有沒有優惠	想要方便便宜	智能機器人宣傳
還有多少錢有一點點	免費拿取	設置多少錢的購物籃
店員態度差	消費觀感不佳	員工建議改善

(3) 消費後

痛點	顧客行為需求	解決方法
找錢錢	多找錢了	收單機顯示多少錢(感應式)
垃圾量多	垃圾多	包裝少一些

3. 企畫的問題/企劃的目的

2022/9/29 組別: 12

1. 選擇零售品牌/問題情境
Apple / Apple 推出新款, 造成供不應求, 需要推出角單
決方法。

2. 接觸點和解決方案

(1) 消費前

痛點	顧客行為需求	解決方法
價格太高	希望有折扣	在特定通路發售, 比較便宜
缺貨, 無貨可買	希望有一票	能預先預購
網路消費		

(2) 消費中

痛點	顧客行為需求	解決方法
付款方式		
已付款, 但商品不到貨	希望趕快拿到東西	如果沒貨, 不要開放讓消費者訂購
直營店太少	希望能到現場拿貨	跟各大電信合作, 讓消費者有更多購買管道

(3) 消費後

痛點	顧客行為需求	解決方法
不該推出新款(給量)	希望到量時, 會希望不要出新品	
送修流程複雜	希望流程簡單	各區最佳修公司合作

3. 企畫的問題/企劃的目的
Apple 新款推出來, 製造話題, 每次都有熱潮。

11034070 11034104 11034111
11034086 11034053 11034134
11034089 11034059 11034100

日期	課程主題	討論主題
11 月 10 日	智慧零售行銷企劃提案 -應用 PBL 學習法	透過 PBL 的七步驟，討論智慧零售之痛點和問題解決方式

各組討論成果

第1題 (老師提出)

只有概念,不夠具體,需要具體的呈現

10734072 明淑

目前及介紹的單位,APP開發者
全場聽眾思考

10734004 吳嘉茵

把APP開發的介紹給學生
- 讓學生能理解,能實際操作和應用
- 說明APP的用途

11074003 謝弘

組員小結:

1. 概念要具體
2. 設計出APP介面,使聽者了解概念的應用
3. 說明詳細開發過程
4. 目錄要清晰

陳曉琳 10734075

10734004 吳嘉茵

11074003 謝弘

第4題

1. 說明APP開發的用途
2. 說明APP開發的步驟
3. 說明APP開發的注意事項

10734004 吳嘉茵

第4題

1. 說明APP開發的用途
2. 說明APP開發的步驟
3. 說明APP開發的注意事項

10734004 吳嘉茵

第4題

1. 說明APP開發的用途
2. 說明APP開發的步驟
3. 說明APP開發的注意事項

10734004 吳嘉茵

第2題 (組內自己發想)

- 說明APP的用途
- 說明APP開發的步驟

10734075 陳曉琳

10734004 吳嘉茵

11074003 謝弘

第4題

1. 說明APP開發的用途
2. 說明APP開發的步驟
3. 說明APP開發的注意事項

10734004 吳嘉茵

第4題

1. 說明APP開發的用途
2. 說明APP開發的步驟
3. 說明APP開發的注意事項

10734004 吳嘉茵

第4題

1. 說明APP開發的用途
2. 說明APP開發的步驟
3. 說明APP開發的注意事項

10734004 吳嘉茵

組員小結:

1. 架構要合理
2. 分析描述不夠完整
3. 計算方式
4. 文字敘述有問題

10734075 陳曉琳

10734004 吳嘉茵

11074003 謝弘

第4題

1. 說明APP開發的用途
2. 說明APP開發的步驟
3. 說明APP開發的注意事項

10734004 吳嘉茵

第4題

1. 說明APP開發的用途
2. 說明APP開發的步驟
3. 說明APP開發的注意事項

10734004 吳嘉茵

第4題

1. 說明APP開發的用途
2. 說明APP開發的步驟
3. 說明APP開發的注意事項

10734004 吳嘉茵

第3題 (定義名詞及概念)

AR (Augmented Reality) 增強現實
VR (Virtual Reality) 虛擬現實
MR (Mixed Reality) 混合現實

10734075 陳曉琳

10734004 吳嘉茵

11074003 謝弘

組員小結:

1. AR, VR 名稱解釋
2. 理算法
3. 互動特效
4. 曝光率不足
5. 顧客體驗分析

10734075 陳曉琳

組員小結:

1. AR, VR 名稱解釋
2. 理算法
3. 互動特效
4. 曝光率不足
5. 顧客體驗分析

10734075 陳曉琳

組員小結:

1. AR, VR 名稱解釋
2. 理算法
3. 互動特效
4. 曝光率不足
5. 顧客體驗分析

10734075 陳曉琳

Pearson

Q1:

以科技創新帶動
加工, 增加價值

喜帖:

木製的, 材料較美, 精緻
建立出品牌感

喜帖:

當更精準的, 特別目標
若對立, 則創新方案
吸引消費者

與一些合作商, 如何
引起合作商興趣

喜帖:

1. 如何更精準地掌握市場
2. 如何更精準地掌握市場
3. 如何更精準地掌握市場
4. 如何更精準地掌握市場

S1:

以科技創新帶動
加工, 增加價值

喜帖:

在特定時間用特別的方式
建立出品牌感

喜帖:

1. (How) 如何運用現有科技
2. (What) 什麼樣的服務會
3. (Why) 為什麼要提供這項服務

喜帖:

1. 如何準確分析顧客需求
2. 如何以個性化服務吸引顧客

1. 如何更精準地掌握市場
2. 如何更精準地掌握市場
3. 如何更精準地掌握市場
4. 如何更精準地掌握市場

S2:

以科技創新帶動
加工, 增加價值

喜帖:

利用科技創新, 將數據
轉化為具體的行動

喜帖:

1. CRM 顧客關係管理
2. 利用 POS 系統精準掌握
3. 利用 BI (數據整合) 提出
4. 利用 AI (人工智慧) 進行
5. 利用 IoT (物聯網) 進行

喜帖:

1. 如何準確分析顧客需求
2. 如何以個性化服務吸引顧客

S3:

以科技創新帶動
加工, 增加價值

喜帖:

利用科技創新, 將數據
轉化為具體的行動

喜帖:

1. 如何準確分析顧客需求
2. 如何以個性化服務吸引顧客

喜帖:

1. 如何準確分析顧客需求
2. 如何以個性化服務吸引顧客

1. 如何更精準地掌握市場
2. 如何更精準地掌握市場
3. 如何更精準地掌握市場
4. 如何更精準地掌握市場

S4:

以科技創新帶動
加工, 增加價值

喜帖:

利用科技創新, 將數據
轉化為具體的行動

喜帖:

1. 如何準確分析顧客需求
2. 如何以個性化服務吸引顧客

喜帖:

1. 如何準確分析顧客需求
2. 如何以個性化服務吸引顧客

1. 如何更精準地掌握市場
2. 如何更精準地掌握市場
3. 如何更精準地掌握市場
4. 如何更精準地掌握市場

第二組 范映揚 陳怡均 洪文謙 黃錦承
108.3.14.16 107.3.40.77 109.19.45 109.3.05.9

1. 利用AR設備進行體驗，能增加比靜態展示模式。
2. 將活動內容，連結到AR設備上。

黃錦承 107.14.05.9

除了利用AR設備進行體驗，是否還有更多用途，使其更具互動性。

陳怡均 107.14.07.77

SWOT分析透過可以補充更多內容。

陳怡均 107.3.40.77

1. 如何讓顧客願意在店內使用AR設備？
2. 將服務提供AR服務後所帶來的收入？

范映揚 108.3.14.16

1. STP圖表更加清晰，能圖表化地找到目標客群。
2. 可以針對目標客群所提出的結論，進行調整，能更精準地掌握目標客群。

107.14.07.77

1. 備用的設備在店內使用，能確保顧客在店內使用時，能順利地使用AR設備。
2. 在店內使用AR設備，能確保顧客在店內使用時，能順利地使用AR設備。

洪文謙 107.14.07.45

1. SWOT分析圖表更加清晰。
2. 在店內使用AR設備，能確保顧客在店內使用時，能順利地使用AR設備。
3. 在店內使用AR設備，能確保顧客在店內使用時，能順利地使用AR設備。
4. 在店內使用AR設備，能確保顧客在店內使用時，能順利地使用AR設備。
5. STP圖表更加清晰，能圖表化地找到目標客群。
6. 在店內使用AR設備，能確保顧客在店內使用時，能順利地使用AR設備。

107.14.07.45

3.

1. 利用AR設備進行體驗，能增加比靜態展示模式。
2. 將服務提供AR服務後所帶來的收入？

107.14.07.77

AR可以：
1. 提供顧客體驗，能增加比靜態展示模式。
2. 將服務提供AR服務後所帶來的收入？

107.14.07.77

1. AR的定義與應用，能增加比靜態展示模式。
2. 將服務提供AR服務後所帶來的收入？

107.14.07.77

1. AR設備的應用，能增加比靜態展示模式。
2. 將服務提供AR服務後所帶來的收入？

107.14.07.77

4

1. 利用AR設備進行體驗，能增加比靜態展示模式。
2. 將服務提供AR服務後所帶來的收入？

107.14.07.77

1. 在店內使用AR設備，能確保顧客在店內使用時，能順利地使用AR設備。
2. 在店內使用AR設備，能確保顧客在店內使用時，能順利地使用AR設備。

107.14.07.77

1. 在店內使用AR設備，能確保顧客在店內使用時，能順利地使用AR設備。
2. 在店內使用AR設備，能確保顧客在店內使用時，能順利地使用AR設備。

107.14.07.77

1. 在店內使用AR設備，能確保顧客在店內使用時，能順利地使用AR設備。
2. 在店內使用AR設備，能確保顧客在店內使用時，能順利地使用AR設備。

107.14.07.77

觀看，以是互動的，明滴
107.14.07.77 107.14.07.77

一、

張君瑄 107340108
實體店內的動線規劃
是如何分配、試衣間和
AR試衣鏡的空間規劃。

謝序雯 10734034
動線規劃
試衣鏡擺放位置、位置。

謝序雯 10734034
線上APP可以在這款清楚
如何應用？何時使用？

有更具體的動線
規劃 使用
EX: 圖示表示流程、功能、內容
10734034 林鈞鈞

小節 1. 動線規劃：試衣鏡擺放位置、位置。
2. 線上APP：規劃內建使用功能。
3. 動線規劃：圖示表示使用流程、功能、內容。

S1.

張君瑄 107340108
如果換裝後是不需要中間解
決辦法？
② 如何讓單價便宜時能有什
麼可以立刻處理方法？

謝序雯 10734034
衣服不知去可以符合整體的
功能？
② 如何讓單價便宜時能有什
麼可以立刻處理方法？

① 試衣鏡若擺放在作
何處？
② 如何引導消費者使用
功能？

謝序雯 10734034
量化的數據如何有
更具體的數據
② 試衣鏡使用到
衣鏡的顯示功能
(廠商、可修改)
10734034 林鈞鈞

小節 1. 動線 (消費者：如何讓換裝更簡便，方便消費者使用，達到吸引目的？
廠商：如何規劃可提升方便的動線動機？
2. 裝置的規劃是否合理？及單價降低處理？

S2.

謝序雯 10734034
動線規劃：
應依消費者偏好而安排
行徑路線順序，並讓走
道空間暢通無卡。

張君瑄 107340108
無線射頻辨識 (RFID) - 無線辨識
技術，可透過無線電訊號識別近
目標之標籤相關數據，無需讀取
系統，特定目標閱讀之標籤式圖
指觸。

謝序雯 10734034
CRM / ERP 整合
CRM (客戶關係管理)
可追蹤記錄客戶的詳細情況，已包含
客戶信息、代辦處、店舖狀態...
ERP (企業資源計畫)
可追蹤記錄客戶的詳細情況，已包含
客戶信息、代辦處、店舖狀態...

29 得模模模：主要存唐
流手拉，三維掃描、動態
追蹤，主要使用模式。
各得模模效果，成本、應用模
式皆不同。

張君瑄 107340108
3D 得模模模：主要存唐
流手拉，三維掃描、動態
追蹤，主要使用模式。
各得模模效果，成本、應用模
式皆不同。

S3.

謝序雯 10734034
線上APP
① 初次使用時平均教學時間，讓
使用者可以更快了解、熟悉。
② 使用教學 (APP內使用教學)
③ 根據消費者使用習慣，去規劃製作
大地的教學流程。

張君瑄 107340108
ZARA AR：使用方便、簡單時
不應等候太久。
1. 智慧零售 AR：針對合宜的服裝
平台，利用手機、AR眼鏡配合5G
快速連接工商展覽、相似操作。
智慧零售為多元應。
增加動線規劃示意图 10734034

張君瑄 107340108
1. 目前AR 穿戴裝置、打入其
他市場，打進智慧零售、也進入
門市佈置環境。
2. Walmart 在智慧零售門、透過交易
數據、與智慧零售系統、智慧零售
創造智慧零售。
3. 如果智慧零售可以導入到
零售、後不列入市場。

張君瑄 107340108
1. 掃一掃功能除了了解一杯
咖啡的甜度，但跟以互動，不
了解消費者來現場體驗。
2. AR 掃一掃：透過AR 互動
咖啡製作過程。
3. 向後發展，用掃一掃功能為
者了解我們服務、製作流程。

日期	課程主題	討論主題
9 月 14 日	智慧零售在產業的發展與挑戰	智慧零售市場 STP
9 月 21 日	智慧零售在產業的應用	SDGs 和智慧零售品牌定位
10 月 13 日	於本系全通路實驗室體驗 AR/VR 實境技術	商業模式應用
10 月 20 日	ICT 技術於智慧零售在產業的發展與挑戰	智慧零售企業分析
各組討論成果		
以上周次之討論，累積彙整成智慧零售之提案計畫。		



二、PBL 問題解決導向學習課程教學相關照片



說明：學生課程照片



說明：與老師討論照片



說明：小組作業討論照片



說明：PBL 實施討論照片

(依課程設計，請附上 PBL 問題解決導向學習課程之活動討論照片且每張附上簡易說明，照片張數可自行增減)

三、PBL 問題解決導向學習課程具體成效(請說明實施 PBL 教學與未實施 PBL 教學差別、PBL 教學透過小組議題討論、各方想法互相交流提出結論等方式等產生之成效為何)

(一)對外競賽成果

本課程共獲得 1 組第二名、5 組優勝、2 組佳作與 1 組優選。

2022 第十一屆全國連鎖加盟產業創	黃洛穎、陳琪棋、蕭竹、李珮盈、盧菱琳	「誠品 Eslite」之 SDGs 策略	連鎖 SDGs 第二名
	吳卉柔、李佳蒂、陳芝宇、麥當勞		連鎖 SDGs

新提案競賽	張雅宣、羅昀妤		優勝
	鄭翰郁、蕭若涵、陳芯、郭宸瑄	永續小習慣,日久成自然	連鎖 SDGs 優勝
	陳聖儒、彭筠景、林昱均、鮑宇臻	天仁茗茶	連鎖 SDGs 優勝
	林琪紋、李偉妤、劉好祥	麥當勞 SDGs 連鎖	連鎖 SDGs 優勝
	賴映婷、陳柚樺、黎涵、邱柔羽、吳妙珊	星巴克	連鎖 SDGs 佳作
	林伊珊、王程羚、翁葦筑、林軒逸、陳國輝	NIKE	創新 SDGs 優勝
2022 全球 SDGs 創意企劃競賽	賴映婷、陳柚樺、黎涵、邱柔羽、吳妙珊	咖啡後援會	創意行銷組 佳作
	林家禎、林逸葶、張湘宜、張英琪、傅文宣	生活智慧王	創意行銷組 優選

(二) 學習成效問卷

課程資料							
授課教師	李冠穎	課程名稱	智慧零售實作				
課程代號	1464	授課時段	(四)2-4	修課人數	54		
學生學習成效問卷調查 人數統計							
			非常同意 (人數)	同意 (人數)	普通 (人數)	不同意 (人數)	非常 不同意 (人數)
1.參與本課程提升我的學習動機。			38	10			
2.我能夠充分吸收老師所提供的教材。			30	18			
3.我較喜歡具挑戰性的教材，以學習到更多。			15	30	3		
4.本課程中，我較喜歡能引起我好奇心的教材。			12	29	7		
5.在本課程中獲得好成績，對我來說是最滿足的事情。			28	17	3		
6.參與課程我能獲得新發現與知識。			32	16			
7.參與課程提升我的學習效率。			17	12	19		
8.整體而言，參與課程對我的學習是有幫助的。			25	20	3		
9. 整體而言，參與課程提升我的學習意願。			26	20	2		

10. 透過本課程，我覺得我的思考能力增強了。	16	20	12		
項目	人數				
1. 課程問卷施作份數	48 份				
2. 學習成效提升人數 ※問卷調查平均分達 3 分以上(不含 3 分)之間卷人數	48 人				
3. 學習成效提升人數占有修讀學生比率 └(依教育部指標訂定須達 65%) ※學習成效提升人數÷修課學生人數。	88.9 %				

(三)PBL 問題解決導向學習課程具體成效

(1)學生自我學習能力之提升

PBL 教學法為以學習者為中心的教學理念，透過活動設計，引發學生的學習動機和興趣，進而能夠主動學習，深化學習成效。期待經過 PBL 課程之訓練，學生能達到以下能力：

- 增加學習的興趣
- 當經過 PBL 教學方式訓練之學生，可於職場上有較佳的表現
- 學生能能夠自我導向學習，與人分享提升團隊的智慧資本

(2)計畫參與學生實務能力之提升

本計畫利用 PBL 學習方法，解決成為智慧零售應用相關問題，利用問題導向教學，依照各個階段進行引導。透過本研究所 PBL 探討的觀念及所採用的研究方法，將有助於提供研究人員邊做邊學的實際歷練，與過去知識相互互補，以達綜效。

本研究利用 PBL 學習方法，解決智慧零售應用與消費痛點解決管理問題。因此，初步將先搜集資料確立研究背景、動機及目的，並進行文獻探討與搜集次級資料，分析零售產業經營現況。並於「智慧零售實作」課程進行 PBL 學習法之操作，由學生實際執行分析自己選取之連鎖企業之優勢與劣勢，以研擬出有利智慧零售發展之評估技巧，同時可成為未來課程之教案，與課程中傳承分享。