

結合數位新科技 朝陽科大行銷與流通營運模擬實驗室啓用



行銷系師生在管理大樓T2-806行銷與流通營運模擬實驗室，大合影（圖/陳惠玲攝影）



朝陽科大行銷系師生在「創新行銷實驗室」，從另一端直播畫面影像觀賞現場情形，並線上留言（圖/陳惠玲攝影）



朝陽科大行銷系「創新行銷實驗室」學生體驗畫面（圖/陳惠玲攝影）



朝陽科大行銷系「創新行銷實驗室」學生體驗「虛擬實境線上參展」（圖/陳惠玲攝影）

朝陽科技大學行銷與流通管理系發表「行銷與流通營運模擬實驗室啓用」，今（17）日中午舉行學生體驗分享會，系上師生一部分在管理大樓T2-806行銷與流通營運模擬實驗室，透過體驗介紹實驗室內容；另一部分則在校內海豚廣場的「『秀』在行銷系」參加競賽活動，以影音直播方式將畫面傳至實驗室，讓觀眾不受時空限制一起共襄盛舉！實驗室裡的師生則介紹室內裝置的科技設備產品，說明行銷系透過資源整合創造了一間實驗室，新穎的教學系統，讓學生透過工具實驗模擬，精準掌握市場資訊、了解消費者行為，以及設計顧客旅程，跟上數位時代創意行銷。

行銷與流通管理系主任李冠穎指出，「行銷在近幾年受到疫情衝擊之下，對產業、學界都發生非常大的變化，尤其是面對數位轉型，行銷如何接軌企業，如何接軌到數位、科技已是不可避免的趨勢，對行銷系學生我們一直希望走在前端，所以用很快的速度募集內外部的資源設備，然後將實驗室改造從新出發！包括VR的概念、數位參展的概念，以及直播的概念都能夠進入我們的學習場域，除此之外，我們也跟實務界做接軌，希望讓學生完整在行銷科技、數據這方面能夠完整模擬運用。」在實驗室現場，集合了「FlexSim智慧工廠虛擬整合系統」、「輿情數據分析系統」、「行為科學商情分析系統」、「直播室」等科技設備。

師生分組在實驗室內分享體驗心得

其中學生桂聿青戴上VR體驗了物流倉模擬系統後。她說，因為課程中很難有機會到現場的倉儲進行觀察，這套模擬實際場域不僅增加課程的趣味性，也增加操作的經驗，平常都是在課桌上聽老師講述倉儲過程，有了這個設備讓我們實際操作，不僅達到學習效益，更有寓教於樂的感覺。

學生林明昌分享體驗「虛擬實境線上參展」心得，他說，「現在行銷流行O2O線上線下整合，例如讓顧客到展場看展這件事，受到數位科技趨勢已經改變了展覽形式；感謝系上購買了這套系統，讓我們可以在實驗室使用。」

在實驗室的另一角落，來自土耳其的教師黃德睿與二名學生正用一支手機直播體驗！黃德睿老師以一口流利的中文說明，每位學生皆可成為主持人和直播主。

黃德睿指出，「因應數位時代，我們學校行銷系重視媒體行銷、數位行銷、數據分析、大數據分析，實驗室裡可以讓學生做直播，還有數據分析可以進行媒體的數據分析，大二、大三課程裏面也做媒體社群管理，自媒體平台以及數據分析的概念，很開心行銷系擁有這樣的環境，讓學生可以學到數位行銷的概念與科技。」他說，學生學習反應非常好，其中還有人成為網紅直播主，他們各有偏好也擁有自己的平台，蠻不錯的。在土耳其也是有自媒體youtuber，學生在念大學階段可以學到這麼多，尤其在輿情系統的體驗，是朝陽科大行銷系學習的一大特色。

行銷系主任李冠穎表示，「學生可以透過各套系統精準地讓數據說話，可以透過模擬能夠知道實際物流倉的情形，在最佳的人力以及經濟等配置做最有效率的運用，過去學生只能用想像，在現在時代我們有模擬系統可以更精準的掌握到業界發展的樣態他們可以在課程中去學習與分析可以做更精準的決策，培養學生就業即戰力透過實驗室是可以實現的。」

李冠穎指出，「系上目前有950多位學生，其中外籍生超過150位，業界對行銷的需求其實太強烈了，各行各業其實都需要行銷，行銷在做的其實不是做猜測的行銷，我們希望學生都具備實際模擬分析的場域，因為對他們來說沒辦法想像，實驗室這些東西都是企業界實際在做的，我認為在學術端有責任先讓學生具備好這些讓他們出去就業更上手！」

李冠穎表示，「今年行銷系所做的都落在學生身上，他們都知道行銷，因此他們會幫我們做行銷，會告訴他們的朋友在朝陽就讀可以學到東西。尤其網路課程我們做的很紮實，我們過去學習的背景時代也沒有這些東西，現在是科技引導我們往前走，以前我們會想開店，但現在只要有物流車就可以賣東西了！這個思維已經從被動變主動了，出生在這

個世代的孩子，學習這方面的東西對他們來說是更容易且更快速！」

朝陽行銷週「國際大富翁，世界逍遙行」

「行銷系除了實驗室啓用，此次還結合系上不同來源學生的課堂成果，讓學生舉辦為期一周的行銷活動，以「國際大富翁，世界逍遙行」為主題，除了邀請榮獲「旭川市文化獎勵賞」的Tomoka Dei老師專程從日本抵台出席個人畫展開幕，並與學子分享行銷美學的理念之外，更安排行銷系本地學生與國際產學專班學生規畫的特色美食販售、嗅出行銷才藝表演以及系上特色活動-行銷感恩日等活動」，許文齡老師表示。

她進一步說明，近年來導入多元實做課程，帶領同學從色彩學、行銷文案規劃、活動企劃、產品拍攝、短影音行銷、商品陳列布置與社群商務經營規劃等學習，了解行銷人員所需具備的知識與技能，讓同學提早了解社交平台經營技巧，透過行銷週活動，讓學生充分展現成果與行銷特色。

參與整個活動的行銷系教師涂鈺城表示，後疫情時代很明顯感受到科技逐漸改變消費模式，以現在的賣場消費模式為例，選購、詢問、結帳等等消費流程都必須使用3C介面，還有許多餐廳內的送餐與收餐服務也都被機器人取代。行銷系的實驗室提供學生掌握市場資訊、了解消費者行為以及設計顧客旅程，將開啓數位時代商機。