

行銷策略 x 元宇宙：應用 AR/VR 教材拓展新創事業新思維

為使學生學習應用 AR/VR 的技術特色，運用打造虛擬體驗場域來創造獨特消費者體驗，進而提升品牌價值與產品銷售，教師於專業選修課程【科技新創事業與行銷策略】應用 AR/VR 教材導入與應用計畫，結合課程設計內含的主動實戰精神，讓學生的抽象知識與管理技巧能實際落地實踐，並與同儕進行可應用性之交流。

課程基本資料

授課教師	鍾明桉	教學單位	電子工程系
課程名稱	科技新創事業與行銷策略(專業選修 / 3 學分)	修課人數	30
欲解決的 教學現場問題	延續過往應用 AR/VR 於系所基礎課程的經驗，教師於本門課程進一步定位 AR/VR 在教學歷程的角色，結合課程設計內含的主動實戰精神，讓學生學習運用 AR/VR 的技術特色，創造獨特消費者體驗，藉以提升品牌價值與產品銷售，落實學生未來在新創事業中的應用能力。		
教學目標	1.讓學生知道 AR/VR 技術在行銷領域的應用現況與未來趨勢等理論或概念。 2.讓學生熟練 AR/VR 工具設計具創意的行銷活動之技能或技巧。		

導入規劃

教材來源	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「 Business in Virtual Reality on 360 」(YouTube 影片) 簡介：公司在商業元宇宙樣貌的虛擬展示。 2. 「 AI Zain Jewellery - Jewellery Arabia 2022 (Virtual tour) 」(YouTube 影片) 簡介：珠寶零售產業如何透過虛擬展示，強化顧客消費體驗。 3. 「 Insta360 X4 Rodeo! Riding the DJI Mini 3 Pro Like a Bucking Bronco! 」(YouTube 影片) 簡介：新型無人機運用攝製飛行實況呈現產品優點。
------	--



應用載具	虛擬實境眼鏡 (Meta Quest 2)
教材使用規劃	課程採用分組合作學習與分組同儕教學之教學策略，使學生分析沉浸式影片如何影響消費者對品牌的感受。並以與科技呈現結合的商業案例，學習如何將品牌價值延伸至數位空間，並透過 AR/VR 技術提升顧客互動體驗。最後小組需要以 AR/VR

	為主要工具，提出創新的產品展示與行銷方案，學習將新科技轉化為具體行銷企劃的能力。
學習成效檢核	<ol style="list-style-type: none"> 1.前後側問卷調查：廣泛理解學生對 AR/VR 技術與沉浸式行銷應用的既有認知程度，為教學設計與後續改進提供數據支持。 2.課堂觀察：記錄學生反應與分組討論情形，瞭解學生在使用 AR/VR 教材時的參與度、互動情況及遇到的困難。 3.學生訪談：輔助教師在課堂上對學生的學習反應之觀察，深入瞭解學習體驗，以便瞭解學生對新科技應用的主觀感受。

AR/VR 教材導入教學流程 (以第二週為例)

教材導入前	理論奠基與動機引導。教師簡介奢侈品牌在數位行銷中的挑戰與轉型策略，並提問引導：「如何在線上重現品牌的尊貴感與體驗價值？」，學生分組討論若身為品牌經理，如何以 AR/VR 強化顧客互動與市場吸引力。
教材導入中	沉浸體驗與案例分析。學生透過平板、電腦或 VR 裝置觀賞 360°虛擬展覽影片，體驗品牌的數位行銷方式。教師引導學生觀察空間設計、互動流程與品牌呈現手法。小組分析虛擬展覽與傳統實體展會的差異及其在行銷策略上的優勢。
教材導入後	創意實作與反思延伸。學生以小組為單位設計自己的「虛擬品牌展覽空間」，模擬新創品牌的產品展示。教師提供技術支援與回饋，並帶領學生比較自身設計與案例異同。最後進行作品發表與同儕互評，撰寫反思心得，探討 VR 展覽於新創與奢侈產業的應用前景。

教學設計 (共導入三週)

第一週	【商業模式設計與創新 / 科技創新與技術移轉】 學生將透過新創產業相關的 360° VR 案例，認識 AR/VR 技術於行銷中的應用模式，並分析沉浸式影片如何影響消費者對品牌的感受。同時，學生將討論新創企業如何善用虛擬實境，設計出具有差異化的行銷策略。
第二週	【業務開發與市場行銷】 課程將以時尚與科技結合的案例作為導入，例如珠寶或時尚品牌的虛擬展覽。學生將學習如何將品牌價值延伸至數位空間，並透過 AR/VR 技術提升顧客互動體驗。進一步地，學生將分析奢侈品牌如何運用沉浸式行銷來強化市場定位，並思考此模式對新創事業的啟發。
第三週	【技術創新與智慧財產權】 教材將聚焦於 STEM 教育與創客文化中的 AR/VR 應用。學生將透過案例探索沉浸式學習環境如何促進產品創意發想與設計，並實際運用 AR/VR 工具提出創新的產品展示與行銷方案。此階段的學習不僅培養學生的創意思維，也訓練其將新科技轉化為具體行銷企劃的能力。

學生回饋

體驗心得

1. 學習體驗新穎、沉浸感強，提升學習動機。多數學生反映，第一次使用 VR 眼鏡學習行銷相關內容，是一次非常特別且有趣的經驗。沉浸式體驗讓他們能親身感受品牌展示與空間設計的真實感，打破過往以平面教材為主的學習限制，顯著提升課堂專注度與學習動機。學生指出「戴上設備後像真的走進展場」，有助於理解虛擬行銷的價值與應用潛力。
2. 理解行銷策略與品牌體驗的關聯性更深。學生普遍表示，透過觀賞 AI Zain Jewellery Virtual Tour 等案例，能具體了解「沉浸式行銷」如何結合科技與品牌體驗。許多學生提到以往僅從理論了解品牌定位，現在能實際觀察品牌如何藉由空間氛圍與互動設計傳達價值主張。部分學生進一步延伸思考 VR 在教育、醫療、設計展示等領域的應用，展現跨域連結思維。
3. 激發創意思維與實務應用能力。學生回饋中提到，課後分組製作虛擬展覽專案的過程，不僅增進合作與溝通能力，也讓他們在實作中學會運用行銷理論思考消費者需求。許多學生表示，這樣的學習方式比傳統講授更具挑戰性，也更貼近產業實務，讓他們首次體驗「如何用科技做行銷」。部分學生甚至表示希望未來能有更多結合 AR/VR 的課程，持續深化創意與專案設計能力。



學生於課堂上實際操作 VR 眼鏡，透過體驗虛擬展覽與互動內容，理解品牌展示與行銷策略的應用方式，進而模擬新創事業產品的數位行銷展示，以提升顧客體驗與品牌價值。

計畫整體回饋

學生學習狀況 或成效變化

在導入 AR/VR 教材之前，學生的學習狀況以理論理解為主，對「業務開發與市場行銷」的實際操作流程與顧客互動體驗缺乏具體概念。雖能說明品牌定位與行銷策略的基本原理，但多停留於被動吸收知識的階段，缺乏將理論轉化為行動的能力。課堂參與度偏低，學生對數位行銷工具與沉浸式體驗的認知有限，導致創意提案較為抽象，難以具體呈現品牌價值或消費者體驗。此外，學生普遍對新科技操作缺乏信心，對行銷創新應用的興趣也不高，學習成果主要集中在書面分析與案例報告，尚未展現實務應用能力。

導入 AR/VR 教材後，學生在學習成效與應用能力上均有明顯提升。透過觀看 AI Zain Jewellery Virtual Tour 等沉浸式教材，學生能以多感官方式體驗品牌展示策略，進而理解虛擬展覽在行銷中的角色。課堂觀察顯示，學生參與度顯著提升，主

	動討論案例並提出創新應用構想；在實作階段中，更能運用 CoSpaces、Unity 等簡易工具設計虛擬行銷展示，展現出高度的創造力與技術整合能力。學生訪談回饋指出，AR/VR 教材使抽象的行銷理論具體化，學習過程更具臨場感與挑戰性，對未來在新創事業中應用行銷科技產生實質興趣與信心。
後續會如何使用 AR/VR 教材優化課程設計	未來將持續導入既有 AR/VR 教材，並依課程需求進行部分自製內容。既有教材能快速導入教學現場，提供沉浸式學習體驗；而自製教材則能更貼近課程主題與學生程度，例如製作符合本系「新創行銷提案」的虛擬展場或產品互動展示內容。結合兩者可提升課程靈活性與專業深度。透過持續更新素材與技術教學，學生可在真實模擬情境中培養創意、分析與溝通能力，使 AR/VR 學習成為常態化的教學手段。