**MDS入門-心得**

B10433009 四企管三乙 柳玠妤

「行銷」這個詞，在大一管理學課本的一個小章節首次出現後，接著在各門商管課程中屢見不顯，到後來甚至成為課程名稱的一部分，如:行銷管理、國際行銷…等。對於「行銷」，多多少少有些瞭解與體會；相較之下，「資料」與「科學」對我來說則像是一張模糊的照片，沒有很具體的概念或、想像空間也不大。這禮拜上了第一堂課行銷資料科學課程，林老師將行銷、資料、科學三個詞彙拆開來做解釋，最後結合三者成為一個具體的、明確的，所謂「行銷資料科學」。

大數據的影響與應用與日俱增，隨著時代趨勢的發展，資料科學會是將海量數據化為利器的學問，透過準確歸納、分析，進而循著過去的經驗預測未來趨勢。「預測未來」這個彷彿只在科幻片出現的情節，已經有了成功的例子，並持續發展成熟，在真實世界帶來巨大騷動。行銷資料科學讓公司在競爭激烈的商場之中，運用科學的方法來達成更加有效率的行銷。

在大數據時代，光是靠單純行銷理論來進行應用已經落後了，勢必要調整學習內容，補充及時知識。像MDS這樣跨領域的學門並不容易學習，除了Marketing，在申請大學時也從沒有想過會將來會學習數據分析或是資訊科技等。但也是因為MDS學習難度高，目前此類人才稀有，在業界十分熱門。如果能帶著這項技能畢業，我想對於找工作一定非常具有優勢。

現在的趨勢當過了幾年後我們畢業了、開始踏入職場，也變得更普及且更成熟，而那也正是我們必須比其他社會人士更加把握的。能在學生時期學習到MDS，我覺得是一件非常幸運的事情。許多已經脫離學校的人只得自學或是繳錢去上額外課程，所以能在學校全心全意的上這一門課真的要珍惜。另外，因為是隸屬於管理學院的課程，所以課程設計也為我們量身打造並能和同儕一起學習。畢竟程式對於我這樣的企管系學生來說，真的非常陌生且有點莫名的害怕。不過我們都知道程式語言的普及化，現在連小學生都在學!因此與其一直逃避，不如趁早來面對，還有一群共同學習的夥伴。

我心裡有數，這將不會是一堂很輕鬆的課程，但卻是真正需要學習的領域，也是我正欠缺的部份。對於接下來的課程，抱持著非常戰戰兢兢的心情，已經準備好面對排山倒海的挑戰，但同時也非常期待在這個學期能學獲的MDS基礎，以及真實的應用與操作。