**行銷資料科學作業 - MDS入門課程心得**

**四管理二 B10533027楊雅筑**

「大數據」、「資料科學」一直是近期很流行的名詞，常能在網路或報章雜誌上觸及。但即便閱讀過相關文章，還是對它們的概念乃至於實際運用，甚至是在生活上帶來的影響為何，並非真的了解。因此很幸運能有機會選修到這門課，揭開行銷資料科學的面紗。

首先，先提「行銷資料科學」。實際上它應該先拆解成「行銷」+「資料」+「科學」來看，接下是「行銷資料」+「資料科學」，最後才能真的懂原來整個行銷資料科學這個名詞組合，講的是指透過科學化的方式，對未經解讀過的行銷數據進行分析，並且用於解決行銷管理上的問題。

而課堂中為了讓我們深刻體會到資料整理的好壞，是怎麼樣影響一個人的工作效率，老師開了一個日月潭的報名表給我們分析。乍看之下，覺得這份表單沒有什麼問題，就像是我們平常會整理出來的資料。直到後來老師問我們和這份資料相關的，一些比較深入與細節性的問題，這才發現我們要的答案零零落落，分散於整份表格，甚至要用親自計算的方式才能找到答案。透過這個體驗，真的體會到原來資料整理的技巧比自己想的重要太多了，數據要怎麼編排與呈現都是一大學問。縱使手邊有很多資料，如果無法妥善處理成可以快速閱讀、理解，並且能一眼就看出重點的「資訊」，那他們也只是一堆毫無意義的數字罷了。

此外，老師也讓大家透過猜測一群人中是否至少有兩人同天生日，來證實我們很多時候都是憑藉自己的直覺下定論，而非依據科學方法求得的數據做決定。這個現象若是放大在企業來看，便如同主管依靠個人的第六感下決策，而非依循大數據、資料科學呈現的結果訂定計畫。

身為未來想從事行銷工作的企管系學生，因應未來趨勢的作法便是將資料科學的概念融合平時所學的行銷知識，成為跨領域的人才。期望從來沒有接觸過程式語言的我，透過自己上網預習，能在接下來的課堂上與R相處愉快，並學會網路爬蟲，甚至是之後主動學習Python。