**2018/05/10 行銷資料科學課程心得**

系級：四企管四甲 / 學號：B10308023 / 姓名：李婷安

這週課程主題為「機器學習」，且由皓軒老師指導。過去的我對機器學習這個名詞了解不深，只是耳聞過、知曉它為人工智慧的一環。皓軒老師透過多種實例，帶我們了解機器學習的行銷模式之應用，其中最令我印象深刻的是，全市場及預測市場銷售分析之差異的課程內容。

當時老師提供了兩組數字，分別為全市場金融商品接受程度，與預測市場金融商品接受程度，要我們以小組為單位試著去計算利潤及淨利，並有機會發表於台前，我和組員們因快速達成共識，所以自願上台呈現我們的想法。在實證過程中，我切實感受到做市場預估的重要性，透過預估產品商機大小，我們可以減省很多行銷花費，把節流下來的金錢，投資在更有利可圖的項目上，為組織帶來豐沛的利潤；在老師講解的案例中，看到了未分析及已預估兩者間的淨利差額相距甚遠，為我帶來了不少震撼。

行銷領域裡，市場定位之所以重要，我相信亦是因為如此，了解顧客的需求，並透過正確的行銷方式，將適配的商品推銷給目標族群，才能使成本極小、利潤極大化，這是每一位企業管理者，或專業行銷人需一而再、再而三磨練的。如何把市場定位做到精準，再接續完成預估市場、規劃行銷模式等，一連串下來的行銷課題，是現代行銷應用所訴求的重要環節。

