**2018/05/17 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

這週是由羅凱揚老師指導教授「價值創新與行銷資料科學」。大三時，就曾修習過羅老師的MIS管理資訊系統，當時便很喜歡老師的授課方式，不僅僅是因為老師講課非常簡潔、有條理以外，羅老師經常透過實際企業案例，或老師的自身的經驗分享，將理論與實務結合，使我們對於課程內容能有更深刻的體會。

其中這禮拜，凱揚老師說道，網路上有許多次級資料，我們應該要懂得如何去運用這些資源，看出其中的商機所在，老師便舉例一張高中職生推甄大學時的各校選擇轉換率圖，並展示一個大學放榜網站與我們看，要我們思考如果我們拿到了錊一開始的那筆轉換率圖型次級資料，我們可以如何將其應用在我們的網站上，每個都思考了幾分鐘，且有一位同學提出他所認為可以實踐的商業模式，但凱揚老師都從中挑出了些細節問題，證明不可行，最後，老師公佈正解，那間放榜網站的企業主，將每一間學校的放榜名單旁，設置了一個廣告欄位，讓該學校的其他競爭校院，能曝光自己的廣告於名單旁，進而吸引受眾學生族群改變入學主意，投向其他學校。羅老師更說道，這是真實案例，台科當時就是採取這樣的行銷策略，透過放榜網站的廣告機制，曝光自己學校的招生資訊，進而提高學校知名度，招攬優秀的高中職生入學。

藉由這個舉例，我體會到次級資料對於企業決策的重要性，政府機關每年都會提供各式各樣的統計數據，供民眾、民間團體或企業參考，從中找到自己需要的資料，並透過資料分析，將那些文字、數據轉換成有利可圖的資源，這是一條方便、快速的途徑。網路世界，就像一座寶山，取決於我們怎麼去發掘，怎麼去運用。