**心得報告**

四企管三乙B10433014吳佳玲

今天的課程住要環繞著「行銷資料科學」的解釋與實際例子介紹，課程的一開始串連了SWOT、STP與4P之間的關聯性，之後便著重講解從大數據到機器學習到人工智能、數據分析的過程，有同學利用媽媽煮菜的例子，深入淺出的表達三者之間的關係，而如何利用數據分析出有用的結果及如何對分析結果做出應對方法，也有舉出很多實例說明，其中最令我印想深刻的例子是將網路上討論網站的內容經由網路爬蟲將資訊爬下後，將資料視覺化成分布圖，縱軸為網路好感度，橫軸為網路聲量，課程中列舉了補習班與汽車產業的例子，並說明當今天若位置落於分布圖中不同位置時，該採取何種應對策略，例如:當今天公司品牌處於網路聲量較小時，是否需拋出可以製造話題的事件，以提升網路的討論度，進而使分布位置移往目標落點，除了執行行銷策略外，定期的資料分析也是重要的環節，如此才能及時發現問題並即時改進。