**行銷資料科學—0531課堂心得報告**

四企管三甲 廖靜芸 B10408007

若沒有好的資訊，在變化如此快速的市場中，決策者只能透過猜測或直覺做決策，而這將迎來失敗。我認為「數字」是行銷人最需要掌握在手中的資訊，擁有明確的數據資料能讓決策者更加了解市場、顧客、競品等，而數據也是在決策時最能客觀輔助的資料，但光是數據的來源與呈現樣貌大概就能讓我們一個頭兩個大，想必這是這堂課的開課原因之一。

「行銷資料科學」以字面上來說跨足三大領域：行銷、資料、科學，對於我們企管系來說從行銷到資料、再從資料到科學，是越來越陌生的。開學至今這麼多堂的行銷資料科學，每每上課老師總會利用多方實例讓我們進入行銷資料科學的領域，也因為如此我漸漸感受到市場上對於行銷資料科學的渴求。不論是政府外包一件大型活動或是零售商需要為一個銷售檔期做促銷，為了要「對症下藥」，避免花費不必要的成本，了解市場取得數據真的非常重要，然而消費者心理又是難以理解的部分，我們只能透過分析滿足我們想理解消費者的需求。

很認同在此課堂中凱揚老師所說的：「對於我們企管系同學而言，最重要的並非學習如何撰寫R語言，而是要有策略性思維知道如何運用這些資源。」從高中到現在雖然一直保有對程式的熱情，但腦袋的運轉速度總是趕不上，於是學習程式對我而言是些許艱難且花費較多時間的。這並非為自己的學習落後找藉口，但我認為這才是真正適合企管系學生的學習方式。