四企管三甲 B10408023 林雅翎

行銷資料科學心得報告(5/31)

在行銷資料科學的處理過程：輸入、處理、輸出中，我們可以很清楚地得知輸出結果的人工智慧與數據分析是每位管理階層所需要的。當我們掌握了技術，並不是意味著我們一定要會程式語言，而是要著重在Input、Output以及演算法。即使我們使用初級或次級資料拿到一些分析結果也不能過於依賴它們，因為會有garbage in, garbage out的風險，因此對於我們要輸入進去的數據必須經過篩選。

我們利用一學期的時間來學習行銷資料科學，不只學習相關的理論、行銷管理的知識，還有學習如何網路爬蟲，並透過程式語言跑出相關的圖表。我漸漸了解何謂行銷研究，學會如何跑出圖表來呈現資料不是這堂課想要教會我們的最終目標，這堂課的核心目標是要我們學會看懂圖表所要傳達的意涵，進而做出一些決策。就如同孟彥老師在第一堂課講到的DIKW金字塔，讓自己一步一步爬到金字塔最上層「Wisdom」的位置，最重要也是最不容易被取代的一個位置，不用自己辛苦地收集資料去跑圖表，只要拿著別人幫你爬好的圖表去做決策。

在羅老師的這兩堂課中，我對於行銷管理程序SWOT、STP、4P有了更進一步地了解，以往所學的行銷管理只教我們表面，我們大多都只用顯而易見的條件針對想要探討的主題去做分析，以為SWOT、STP、4P這些程序都很簡單，殊不知它們含括的概念內容比起我們以前學到的來得更廣而深。我很喜歡羅老師的上課方式，他會利用實際的例子與短片來輔佐他的課程內容，不只可以讓我們對於這些知識理論更加印象深刻，也能讓我們看到這些公司是如何運用行銷資料科學來做出行動。