在經歷了一整個學期的行銷與資料科學課程，主要對於課程設計面、課程內容以及期末報告各有一些心得與想法。

而首先，針對課程設計面來說，涵括各種面向包含孟彥老師行銷教學打底、Ｒ語言的教學、業師的講座式實務經驗分享，我覺得課程規劃的極其豐富。在孟彥老師的行銷課程部分，覺得是整學期課程中覺得收穫最多的，不說老師自有一套獨特的上課方式外，在行銷知識上，對於一個從未上過正式課的我來說，覺得打了非常深厚的基礎。在Ｒ語言的部分，雖然大部分以老師提供的程式碼為主，但誠如老師上課所說，百分之九十大概都需要靠自己自學、自己多練習，才能真正地利用Ｒ這個工具幫助數據分析及視覺化。在其餘業師的講座課程部份，覺得對於正在工作的我來說，特別珍貴。幾乎所有講師都會講到幾個重點：數據、社群、電商、人工智慧等等，基本上全部都是現在的趨勢，尤其是老師上課講到的一些國內外的案例，開拓了我對於現今科技發展的想像。世界真的變化太快了，所有人所有企業都在想辦法跟上。

再來，期末報告對我們這組來說，回頭想想，還真是一非常艱辛的歷程。因為大家時間因素，無法頻繁見面討論，直到報告前兩週才真正開始動工。但幸好最終，還是從報告主題方向到架構到分析的內容，一步步共同討論與分工而終至完成。最後得知我們組獲得第一名，深感光榮！自認我們有幾處做得很不錯，像是架構是非常完整的、分析跟行銷方案有緊密扣合、以及行銷方案是切切實實落地的。但即使如此，離真正的行銷分析與提案著實還有非常大一段進步空間。我們都還需要在分析上更專業、對於行銷方案更有想像力。

最後，回歸到對自我的學習與反思。而其實在課程進行中，我提前找到了工作，恰好就在一電商作產品經理，每天看到的都是數據跟報表，上班同時也向公司請假來上課，在這樣時間交疊的狀況下，更感受到了所謂「學以致用」的力量。剛好在電商產業，所以特別清楚，一切的判斷，不可只透過經驗或直覺，因為客人二十四小時都在網站上購物，你得知道，他們是從哪來的、喜歡怎麼樣的視覺、什麼產品，進而才能規劃以及對於行銷方案有足夠的變通，而這一切判斷的基準，絕對就是數據。而這堂課程帶給我、可以立即學以致用的，認為是我覺得自己已可以「更有意識」地積極想透過數據底下，分析出商機，以及更為正視資訊視覺化的力量。應用在工作上，我想我會再繼續努力，關於如何把寶貴的公司內部數據做更多的分析與應用，更甚是分享給同事，讓公司一起成長。感謝這堂課程帶給我的視野以及反思，很幸運能在離開學校前上到這門課！