

國立臺灣科技大學・企業管理系
106 學年度第二學期「行銷資料科學」課程大綱

教師：林孟彥，管院 MA204，tomlin@ba.ntust.edu.tw

課程代號：BA4717701，3 學分選修

助教：①李政翰，0907-347063，charliesmail20221030@gmail.com

上課時間：週四 9:10~12:00

②張瓊文，0966-742053，bb71983@gmail.com

上課教室：MA519

課程目標：在數據隨手可得的現代，能否掌握數據的運用成為企業經營優劣的關鍵，也是個人競爭優勢的一項利器。本課程旨在探討資料科學之基礎概念、趨勢、新工具和實作，讓同學瞭解資料科學的行銷運用，並開啟厚植數據分析能力之契機。

上課教師：林孟彥（臺科大企管一教授）、羅凱揚（臺灣知識庫一執行長）
賀嘉生（中原大學資工一教授）、鍾皓軒（臺灣行銷研究一資料科學家兼共同創辦人）
林建興（臺灣行銷研究一技術長）

上課用書：教師自編講義。

上課方式：多位教師講授、課堂討論、業界演講、影片賞析、實作、分組報告。

參考日期：3/9 加退選截止；5/25 第二次退選截止；6/30 畢業典禮；7/4 送繳成績截止。

課程進度：

週次	日期	預定進度	教師
1	3/1	課程簡介	林
2	3/8	資料科學概論	林
3	3/15	👉① 資料科學趨勢與工具（分組）	興
4	3/22	👉② 網路爬蟲	興
5	3/29	STP 理論與行銷資料科學	林
6	4/5	清明連假	
7	4/12	行銷科學總覽	賀
8	4/19	雲端數據分析概論	賀
9	4/26	⇌① 行銷與廣告技術趨勢（劉澤穎）	—
10	5/3	👉③ 市場區隔機率模型	鍾
11	5/10	👉④ 視覺化定位與風向羅盤圖	鍾
12	5/17	價值創新與行銷資料科學	羅
13	5/24	⇌② UrCosme 彩妝資料分析（艾思）	—
14	5/31	整合行銷資料科學與行銷研究	羅
15	6/7	👉⑤ 目標客群之預測模型	鍾
16	6/14	⇌③ 行銷資料科學實例（郭彥志）	—
17	6/21	期末實作成果	林
18	6/28	期末實作成果	林

課後作業：若該週有作業，則於隔週一20:00前繳交至 Moodle 平台（遲交不收）檔名為：OOO-學號姓名.docx，OOO由老師指定。

教材講義：所有ppt電子檔與程式碼將分享給同學。

課堂分組：加退選結束後，將亂數分組。上課時請按組別就座。

實作課程：由皓軒、建興兩位教師擔任實作之教學（👉），教導同學運用爬蟲、自然語言分析、R 等入門技術於業界之實例。

業界演講：安排業界經理人來校交流（⇌）行銷資料科學相關議題。

期中考試：以報告繳交方式進行。

期末實作：教同學運用爬蟲技術，擷取網路公開資料，作為各組實作素材，而後嘗試各項分析，做成期末報告，並和全班分享。第一名組別將加學期總分3分，第二名2分，第三名1分。

評分標準：A（A+ 90-100, A 85-89, A- 80-84）約 25~30%
B（B+ 77-79, B 73-76, B- 70-72）約50~65%
C（C+ 67-69, C 63-66, C- 60-62）約0~5%。
在基本分（約35分）之上，加下列兩項評分，再加期末實作之額外給分。

①平時成績（按時到課及課後作業）50%

②上課參與（討論及發言，1-3, 4-6, ≥7）50%

秩序禮節：由助教製作點名單，並紀錄上課出缺勤、發言狀況。每次上課第一節由專人喊「起立、立正、敬禮」師生相互敬禮；第三節下課時，喊同樣口令，師生相互謝謝。

大綱修訂：本大綱如有未盡事宜，得隨時修正。

敬祝 學習愉快！😊