

大數據行銷， 輔修(21學分)

MKT-U-PN-002

配當年：114學年度

學程描述：

本輔修學程以學生學習成果為導向，透過七門課程引導非行銷背景學生掌握數位時代行銷核心能力。學生將學習數位行銷策略、SEO 與GA 操作、用戶行為分析、Python 程式設計、資料視覺化與機器學習應用等關鍵主題。課程結合理論與實務，包含案例討論、數據實作、專題專案與跨領域協作。學習歷程中，學生將培養數據分析思維與行銷決策能力，強化市場洞察與應變能力。取得輔修後，學生可拓展跨領域職涯競爭力，提升就業及創業機會，亦具備進一步投入行銷與資料科學研究之基礎。

課程組合：

必選修	課程編碼	科目名稱	學分	課程群/分類
選修	MKT1034	智能化數位行銷	3	
選修	MKT3017	數位行銷專題實作	3	
選修	MKT4044	機器學習與Python行銷數據分析	3	
選修	MKT4047	用戶行為分析及行銷決策	3	
選修	MKT4048	數位行銷數據分析與洞察	3	
選修	MKT4049	Python入門與行銷資料科學	3	
選修	MKT4057	商業策略與市場定位	3	

大數據行銷，輔修(21學分)

MKT-U-PN-002

配當年：114學年度

取得資格總學分： 21

必修學分數：

選修學分數： 21

管理單位：商學院 / 行銷學系