

學程描述：

本學程以行銷管理概念為基礎，協助學生學習數位程式設計技術，進而發展用戶行為分析、機器學習、行銷數據分析、行銷決策等進階知識，並能將所學內容應用於與業界合作之數位專題實作專案。學程內容除闡述數位行銷之量化數據分析內容外，尤著重於行銷所需之大數據、行銷科技、智慧型運算、數位行銷工具應用、行銷資料科學等概念，並實際操作以了解SEO、GA數位行銷數據分析內容。訓練學生將所學之行銷研究及統計基礎，能夠結合數位行銷數據分析之方法加以應用，並洞察行銷數據內涵，藉此以制定行銷決策。學程中以分組討論、實務型專案、研究報告，將理論與實務相互配合，實作與業界合作之商務行銷專案，以培養學生能具有業界所需之數位行銷基本能力，協助學生在數位行銷就業市場具有現今熱門領域的數位行銷基本技能。

課程組合：

必選修	課程編碼	科目名稱	學分	課程群/分類
必修	MKT1020	行銷管理	3	1.基礎
必修	MKT2049	數位行銷程式設計基礎	3	1.基礎
選修	MKT3056	AI資料分析與行銷決策	3	2.進階
選修	MKT4044	機器學習與Python行銷數據分析	3	2.進階
選修	MKT3017	數位行銷專題實作	3	3.應用
選修	MKT4047	用戶行為分析及行銷決策	3	3.應用

取得資格總學分： 12必修學分數： 6選修學分數： 6**對應產業類別：**

J63	資訊服務業
M73	廣告業及市場研究業
S96	未分類其他服務業

學程修課規則：

一、修讀對象：本校學士班、進修學士班學生，不開放碩士班以上學生申請。

二、先備知識：經濟學、統計學、管理學等商學基礎課程。

三、修課規定：

1. 取得微學程之最低學分數：12學分，

2. 本微學程部分課程需參與及完成整合性實務課程專題。

3. 學生從基礎、進階、實務課程每個類型至少修習1-2門科目修習學程科目。

4. 學生修滿規定之科目學分者，得依逢甲大學微學程暨微學程設置要點第七點規定，經本微學程審查修畢學分確認後，由學校發給微學程證明書。

管理單位：商學院 / 行銷學系