

大數據行銷，輔修(21學分)

MKT-U-PN-002

配當年：115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
必修	MKT1020	行銷管理	3	
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	

取得資格總學分： 21

必修學分數： 3

選修學分數： 21

對應產業類別：

J63	資訊服務業
M73	廣告業及市場研究業
M76	其他專業、科學及技術服務業

學程修課規則：

一、修讀對象：

1. 本校學士班學生，不開放碩士班以上學生申請。
2. 須先修得「行銷管理」及「統計學」相關課程學分，具備基本行銷策略思維與資料分析基礎，以利銜接後續行銷數據分析、Python與機器學習相關課程。

二、修課規定：

1. 取得學程最低學分數21學分。
2. 所列課程分別為基礎、進階與應用三類，每一類別最少須各選修1門。

三、學生修習課程之學分採計。

1. 學生修習本輔修學程之課程，須依學程規定修畢指定之必修與選修科目，始得採計為輔修學分。
2. 如因課程調整或其他因素致原核定科目停開，由本學程負責系所統一規劃並公告替代科目，學生應依公告之替代課程修習，其修得學分得予以採計為本輔修學程學分。

管理單位：商學院 / 行銷學系