



臺灣大學進修推廣學院
NTU SPECS

NTU School of Professional Education and Continuing Studies



數據導向的行銷策略

潘令妍 助理教授
臺大事業經營碩士在職學位學程

授課時間：每週五晚7:00-9:45，2/25(五)開學

授課地點：實體教室或遠距直播
(本課程將採用線上/線下混合方式授課)

課程介紹：

由於資訊科技的快速演進與網路普及化，行銷策略思維也開始有了重大的改變與調整，在現代，以數據為導向的行銷策略佈局，逐漸成為市場主流。每個人的生活點滴、消費足跡、習慣與偏好都逐漸可被網路與科技工具一一記錄下來，形塑成海量的數據資料。然而，能夠有效地使用這些數據，釐清其中的邏輯和脈絡，進而完整說出一篇有憑有據的好故事，卻不是件容易的事情。因此，懂得洞察數據，現今已逐漸成為品牌或企業得勝之關鍵。

本課程將透過【認識數據】、【取得數據】、【檢視數據】以及【運用數據】等四個課程的議題主軸，逐步介紹數據分析的理論、工具和步驟，讓學員們了解如何汲取與應用和行銷相關的數據，包括：理解顧客的習慣和偏好、預估市場規模、激發行銷靈感、或是解構輿情和口碑資料等，並將其蛻變成個人化行銷、品牌行銷或會員經營等行銷相關決策的基礎。希冀透過理論與工具的講授、分享討論、課程中的實作活動、以及應用與分析報告之撰寫來協助學生們在面對浩瀚無涯的數據時，可以試著針對品牌或企業想要詢問的問題，蒐集與分析相關數據，得以釐清脈絡。將過往令人感到眼花撩亂的數據，有效轉化成可應用之寶藏。

本課程適合想要對於數據行銷之相關議題有進一步認識的學員們修習，建議可先修畢「行銷管理」課程，以利對於課程中所探討之內容和架構有初步的理解。

1. 藉由課程講授，讓學生們理解以數據為導向的行銷策略思維
2. 透過課堂討論、分組報告、以及實作演練，培養學生的思考脈絡與實作能力
3. 在修習完本學期的課程之後，學生得以運用課堂中所習得之知識與工具，撰寫一份數據洞察與行銷策略應用與分析報告

本課程之教材將以教授所自製及發放的講義為主。另提供參考書目，學員們可自行決定是否購買、或逕至圖書館借閱即可。參考書目如下：

1. 王俊人（2021），「數據為王 學會洞察數據，才是行銷之王」，墨刻出版。
2. 楊立偉（2020），「社群大數據：網路聲量、口碑及輿情分析 2/e」，前程文化出版。
3. 宋世祥（2020），「百工裡的人類學家2厚數據的創新課：5大洞察心法X 6種視覺化工具，掌握人類學家式的系統思考，精準切入使用者情境」，果力文化出版。

4. 任立中、陳靜怡（2019），「大數據行銷：邁向智能行銷之路」，前程文化出版。
5. 高端訓（2019），「大數據預測行銷：翻轉品牌X會員經營X精準行銷」，時報出版。
6. 楊立偉、邵功新（2016），「社群大數據：網路口碑及輿情分析」，前程文化出版。

授課方式：

本課程將採用線上/線下混合方式授課。課程中將以講授議題、理論和工具為主，其中亦納入實作演練以及業師演講的方式同步進行，最終希望學員們可以靈活運用課程上所提及的相關知識，完成期末報告。

評分標準：

本次課程評量方式均以『個人』為成績評估的基準：

1. 課程參與和表現 30%
2. 演講心得報告 30%
(繳交兩次實務演講之心得報告；每次的心得報告至少1頁A4，格式不拘)
3. 數據洞察與行銷策略應用與分析期末報告 40%
(於06/30之前繳交期末報告；至少3頁、至多不超過5頁A4，格式不拘)

課程綱要與進度

週數	單元主題	個案、報告及備註事項
第1週 (2022/02/25)	課程介紹與數據分析概論	
第2週 (2022/03/04)	【認識數據1】數據的DOs & DON'Ts	
第3週 (2022/03/11)	【認識數據2】數據洞察與決策賦能	
第4週 (2022/03/18)	【認識數據3】數據的形式、特色和應用方向	
第5週 (2022/03/25)	【取得數據1】協助讀懂顧客的數據	
第6週 (2022/04/01)	【取得數據2】預估市場規模的數據	
第7週 (2022/04/08)	【取得數據3】激發行銷靈感的數據	
第8週 (2022/04/15)	【取得數據4】解構輿情與口碑數據 實務演講：社群大數據—網路口碑與輿情分析	繳交演講心得報告 (於第9週上課前04/22繳交)
第9週 (2022/04/22)	【檢視數據1】數據的清理和辨識	
第10週 (2022/04/29)	【檢視數據2】數據的整理與分析	
第11週 (2022/05/06)	實務演講：數據如何成為行銷策略的成功關鍵	繳交演講心得報告 (於第12週上課05/13前繳交)
第12週 (2022/05/13)	【運用數據1】顧客分群與產品推薦	
第13週 (2022/05/20)	【運用數據2】行銷目標與成效追蹤	
第14週 (2022/05/27)	【運用數據3】行銷內容與影音產製	
第15週 (2022/06/10)	【運用數據4】競品分析與會員經營	
第16週 (2022/06/17)	數據洞察與行銷策略應用與分析 期末報告	於期末結束後(06/30前) 繳交期末報告