

明志科技大學管理暨設計學院
數位行銷設計碩士學位學程課程綱要

課程名稱：（中文）數據分析與應用		開課單位	數位行銷設計碩士學位學程	
（英文）Data Analytics and Applications		課程代碼		
可授課教師：				
學分數/時數	3/3	☐ 必修 ☒ 選修	年級/學期	上學期
先修科目或先備能力：無				
課程目標：本課程旨在培養學生掌握數位行銷環境中的數據處理、分析與視覺化應用能力。參考質性研究對「洞察與理解」的重視，本課程強調不僅是量化數字的計算，更在於透過數據挖掘消費者的隱性需求，學習運用數位工具進行科學化決策，並能將分析結果轉化為具備創新策略與社會責任的行銷設計方案。				
教科書	自編教材			
參考書	無			
E 化教學平台	http://elearning.mcut.edu.tw/learn/index.php (E-learning)			
教學方法 (可複選)	☒ 理論講授、 ☒ 實務講授、 ☒ 個案分析、 ☐ 企業參訪、 ☐ 業師協同、 ☐ 遠距教學、 ☒ 分組實作、 ☐ 課堂練習、 ☐ 演講、 ☐ 其它_____			
評量方法 (可複選)	☐ 筆試、 ☒ 實作(作業)、 ☒ 書面報告、 ☒ 口頭簡報、 ☐ 競賽、 ☐ 其它_____			
課程綱要			培育之核心能力(請填代碼)	
單元主題	內容			
數據思維與行銷導論	探討數據驅動決策的意義；結合行銷專業知識與數據基礎觀念。		☒ 整合數位行銷與設計專業知識之能力。 ☒ 運用數位工具與數據分析進行行銷設計之能力。	
數位分析工具實作	學習操作數據分析工具（如 GA4, SQL, Python 基礎），獲取行銷數據。		☒ 結合創新思維與策略提出整合性行銷設計方案之能力。	
數據驅動的創新策略	運用數據洞察消費者旅程，結合創新思維提出整合性行銷方案。		☐ 解決複雜行銷設計問題並兼顧永續與社會責任之能力。 ☒ 執行行銷設計專案管理並展現跨域協作與團隊合作之能力。	
複雜問題解決與永續	針對複雜市場問題進行建模分析，並在方案中落實社會責任與永續考量。		☐ 掌握行銷設計趨勢與國際議題並持續自我學習之能	

數據專案管理與協作	執行數據導向的專案管理，練習在團隊中進行數據溝通與跨域協作。	力。 ■ 實踐專業與資訊倫理並展現人文關懷與社會影響力之能力。
數據倫理與人文關懷	探討大數據下的資訊倫理、隱私權益，並展現對數據背後「人」的關懷。	
國際趨勢與持續學習	掌握全球數位分析趨勢與 AI 技術議題，培養持續自我學習之能力。	
評量方法：		
方式	內容	配分(%)
文獻分析	選定數位工具操作與數據解讀研究進行評析，培養理論理解與批判能力。。	20%
設計實作	運用數據解決實際行銷設計問題，並提出整合方案	30%
期末專題報告	分組完成期末專題報告	30%
課程參與	課堂分組討論參與與回饋表現	20%
檢核標準：		
幾乎能展現：A-~A+、能展現 75%水準：B-~B+、能展現 60%水準：C-~C+、僅能展現 60%以下水準：F~D		

【請尊重智慧財產權，未經許可不得複製本課程內容】