

## 國立臺東大學課程成果紀錄表

課程名稱	研習課程--大數據分析		
活動類型	■課程 □講座 □活動	講師名稱	謝明哲副教授
執行單位	資管系	講座講師	瑋特擬真科技公司王駿瑋 總經理
活動聯絡人	鄭亦涵	電話/分機	1602
執行日期	107年9月2日		
執行地點	臺東大學資管系電腦教室 SEC101		
參與人數	教師人數	學生人數	偕同業師
	1	16	1
課程主旨	了解目前大環境資訊的趨勢，大數據的應用		
活動簡介	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 邀請到瑋特擬真科技公司王駿瑋總經理來跟學生們講解何為大數據，及大數據目前在業界是如何被使用，讓學生們更加了解大數據的應用，而布是繼續停留在大數據的定義而已。</li> <li>2. 透過 Google 所提供之工具讓學生們實地操作如何運用已有的大量數據去分析出想要研究的項目，除此講師講解了大數據與數位行銷的結合，讓學生們可以再自己製作的網頁上實行。</li> <li>3. 透過本課程讓學生了解目前市場的趨勢及大數據的理論、應用，並且結合數位行銷、電子錢包的方法及實行的結果，讓學生們未來可以在此上發揮創意來達到知識創新與當今流行的資訊科技結合的部分。</li> </ol>		



上課概況



上課概況



### 傳統行銷V.S.數位行銷

	傳統行銷	數位行銷
市場區隔(Segmentation)	區隔複雜	網路族群區隔明顯
目標市場(Target Market)	目標複雜	A. 強化市場互動性及社區性 B. 有助於實現一對一行銷
市場定位(Positioning)	定位複雜	A. 產品定位更為清楚，回饋也更明確 B. 有助發展大量訂製產品 C. 適合個人化服務性產品
品牌價值(Branding)	品牌重要性因產品種類而有差異	消費者因心理因素強化了品牌價值的重要性。



## 課程簡報