

# 课题名称

中文：商业分析与市场营销交叉专业课题：通过数据分析探究消费者决策及营销管理策略

英文：Digital Marketing

## 课题关键词

精准营销|商业分析|广告数据分析|业绩预测|消费者行为|市场营销

## 课程描述

如何低成本、高效率、大幅度推广企业和产品？如何有效地将客户点击率真正转化为成交率？如何有效地精准地控制企业营销成本？如何让企业营销推广战略对同行以及竞争对手有很好的保密性？具备集成性、多媒体、跨时空、交互式、超前性、高效性、经济性等特点的数字营销能更好地帮助企业解决这些问题。在数字化的现代社会，数字营销这一借助于互联网络、电脑通信技术和数字交互式媒体来实现营销目标的营销方式，不断创新，成为众多企业的主要营销方式和发展趋势。

本课程旨在提供有关数字营销中使用的工具和方法的工作知识，包括营销策略和分析。每节课将包括理论介绍，然后是应用分析，包括案例研究和真实世界的的数据，以实践数据分析。在本课程结束时，学生应该对现代数字营销格局有深入的了解，并能够应用分析工具做出明智的营销决策。本课程旨在为学生在数字营销领域的成功职业生涯做好准备。

## 导师简介



加州大学伯克利分校终身教授

Przemysław Jeziorski

- 加州大学伯克利分校哈斯商学院营销学终身教授
- 加州大学伯克利分校杰出教授
- 国际期刊 *Management Science* 副主编，*Marketing Science* 编辑委员会成员
- 曾任职于新加坡国立大学，约翰斯霍普金斯大学，微软研究院
- 曾获得华沙国际经济会议最佳论文奖

## 研究方向

- Industrial Organization 产业组织
- Quantitative Marketing 量化营销
- Antitrust and Regulation 反垄断与监管
- Digital Marketing 数字营销
- Fintech 金融科技

# 课程大纲

1. 市场营销导论
2. 定位与定位策略
3. 定位、市场研究
4. 预测模型
5. 定价
6. 客户流失管理
7. 在线广告
8. 移动营销
9. A/B测试