數位媒體應用於人才招募之研究

本研究旨在探討運用「關聯性資料庫」（Relational database）技術發掘招募行銷的特徵，並歸納出關聯性法則（Association rules），使招募行銷廣告能做最有效的運用；另關聯性資料庫與人才招募決策結合的探討，國內研究文獻著墨較少，故本研究以大學儲備軍官訓練團（ROTC）潛在目標客戶資料進行關聯性法則分析並建立雛型系統，經使用結構化查詢語言(SQL)查詢後，可產生媒體組合行銷優先次序及客戶媒體使用習慣等相關分析指標，供制定招募時組合行銷規劃、媒體運用及招募（Recruitment）流程改善等決策參考。本研究以資料庫行銷之資料蒐集、整理、分析、應用與回饋等步驟與架構，運用數位媒體（ Digital media）組合行銷（Integrated marketing）實施招募，除操作架構與理論的探討外，並分析相關潛在客戶之行為，將理論與實務相互驗證，最後評估目標群的回應，並回饋於資料庫，將經驗與知識存入知識庫中，達到知識分享的目的，提供未來國軍人才招募時之有效參考。