

醫療產業服務與行銷管理 學程簡介

學程召集人

元智大學管理學院

行銷學群 謝國男老師

主講人

行銷學群 陳志萍老師

全球醫療照護趨勢

■ 醫療保健需求成長

◆ 高齡人口增加與壽命增加

- 根據聯合國人口與發展委員會發布的《世界人口趨勢報告》，全球人口從76億(2017年)增加到98億(2050年)。65歲以上人口將從7億(總人口的9%,2017年)上升至15億(總人口16%,2025年)。2030年亞洲地區65歲以上人口將佔全球60%。
- 台灣65歲以上人口比已達14.5%(2018年)，進入高齡社會。根據國發會預估，2025年將達20.7% (超高齡社會國家)，2036年將邁入極高齡國家行列(28%)。

◆ 慢性病人口增加

- 世界衛生組織2018年統計結果，全球約70%死亡人口的原因為慢性病(約4100萬人)，其中1500萬人甚至屬於「過早死亡」(死於30-69歲)。
- 國健署統計，台灣慢性病患約有1020萬(2018年底)。而台灣65歲以上人口中，至少罹患1項慢性病之高齡人口(超過86%)，同時罹患2項慢性病之高齡人口約69%。

全球醫療照護趨勢

■ 醫療照護產業典範轉移

- ◆ 疾病治療→預防保健(個人健康管理)。
- ◆ 被動性醫療照護→主動性健康照護服務。

■ 健康照護支出增加

- ◆ 根據經濟部國際合作處指出，2019年全球醫療支出已達10.6兆美元(占全球GDP比重約8%)，預估2030年，全球醫療支出將達15兆美元，佔全球GDP比重有望突破10%。
- ◆ 根據衛福部109年資料顯示，台灣國民醫療保健支出為1兆3,253億元，相較108年增加7.2%，佔整體GDP（19兆7,986億元）比重上升至6.7%。平均每人醫療健保支出為5萬6,199元，較上年增加7.3%。

全球醫療照護趨勢

■ 數位醫療服務生態系-跨界創新

- ◆ 個人健康意識抬頭，消費者開始使用穿戴裝置與醫療行動應用程式進行自我健康管理(就醫紀錄、營養、睡眠、保險、用藥等資訊)。
 - **Apple Watch** 在2018年獲得美國FDA批准其最新品項，如果檢測到心房顫動，Apple Watch可以進行心電圖並發出警報。
- ◆ 透過各項產業參與，利用區塊鏈、雲端計算、虛擬照護、人工智慧、機器人、虛擬實境、醫療物聯網等數位創新科技，建構出以消費者為中心，結合硬體裝置、數據記錄與分析、健康照護之數位醫療服務生態圈，以提高醫療照護服務品質與效率，並重塑創新之醫療服務模式。
 - **Amazon** 透過其強大的物流與B2B電商平台優勢，利用其AWS平台，與許多醫療器材公司(例如:Phillips)合作，共同開發與推廣各種智慧醫療解決方案。
- ◆ 根據Global Market Insights報告，2020年全球數位健康市場規模達1,418億美元，未來年複合成長率高達17.4%(2021-2027)。

全球醫療照護趨勢

■ 跨域管理人才需求

- ◆ 全球勞動人口高齡化，醫療照護服務需求不斷增加等因素，導致已開發國家和開發中經濟體的醫事人力資源短缺，且隨著時間越久，缺口越大。
- ◆ 透過醫療服務數位化創新，提供以消費者為中心之多元健康照護服務模式，涉及醫療專業、經營管理、專案管理、新市場開發與服務能力等之跨域整合性人才需求增加。

學程宗旨

本產業學程以醫療照護實務介紹為核心，輔以相對應之行銷和服務管理課程為內容，達成符合產業趨勢、確實學能致用、引領學術合作之教育目標。期許本學程最終能夠成為大中華區域之醫療行銷與服務管理之教學和研究重點中心，並為台灣醫療相關事業培育高階的管理與行銷人才，為進軍亞太醫療市場，預先積極佈局。



醫療機構管理概論-產業專題演講



醫療機構管理概論-產業專題演講

學程特色

■ 理論與實務結合之課程規劃

本學程之課程以醫病關係管理與顧客服務導向為核心，透過課堂相關理論之教授，配合實務演講、企業參訪方式，提高學生了解實務場域操作之機會，並藉由企業實習之機會，配合實務命題之規劃，讓學生將課堂所學知識，實際應用於實務場域工作，達成學以致用之目標。



醫療服務專題-壯生醫材企業參訪



醫療服務專題-潤需生技參訪



醫療服務專題-中心綜合醫院參訪

學程特色

■ 實務經驗豐富之優秀師資

本學程與醫療服務相關之特色課程，皆由具備中高階管理經驗之醫療院所之醫師進行教授，藉由教師在醫療院所之長期實務管理經驗，讓學生有機會了解醫療院所整體運營模式(例如:醫療機構管理)與特定議題(例如:醫療服務品質管理、醫療服務行銷等)之相關執行經驗。



姚維正副院長



陳榮堅執行長



張明元主任

修業規定

必修九選七

行銷管理
財務管理
組織行為
作業管理
醫療機構管理概論
醫療服務行銷管理
醫療服務品質管理
醫療服務專題研究
醫療服務產業實習

選修三選一

消費者心理洞察與行為
休閒與文創行銷
關係行銷與科技應用