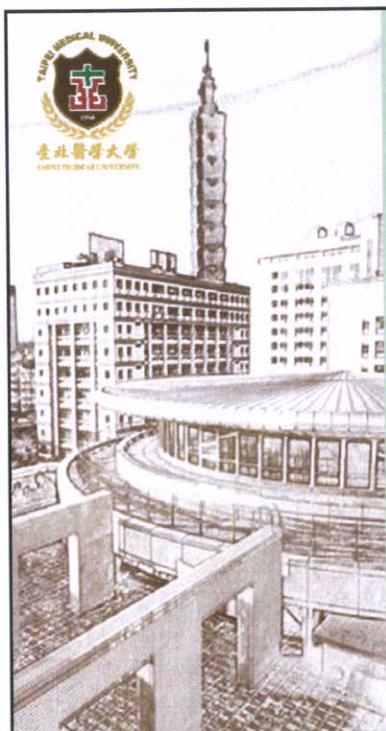




臺北醫學大學
第二十屆國家品質獎現場審查

顧客與市場發展



四、顧客與市場發展

報告人：鄭綺學務長

報告大綱

- (一) 產品(服務)與市場策略
- (二) 顧客與商情管理
- (三) 顧客關係管理

策略與規劃重點

	產品與市場策略	顧客與商情管理	顧客關係管理
策略	發展多元化與國際接軌	學習永續化與趨勢同步	制度前瞻化與卓越看齊
	人才優質化與典範並肩		
規劃重點	掌握市場趨勢	蒐集資訊分析趨勢	多元交流及申訴管道
	開發潛在顧客	掌握顧客來源與流向	顧客滿意度評量
	創新改革課程	客制化課程	持續改善服務品質
		鼓勵終身學習	提供優質輔導

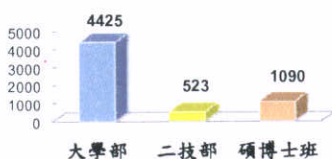
四、顧客與市場發展 3

內部顧客

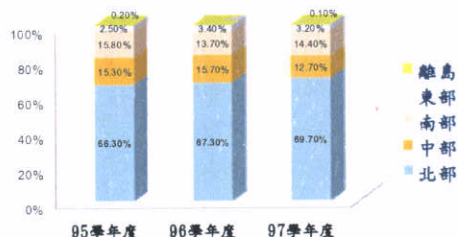
學生 & 教職員



98學年度註冊人數



學生來源



內部顧客

行動方案

課程面

專業通識融滲，活化多元教學

強化核心能力，提升畢業表現

設置領域學程，符合社會脈動

強健體魄，推廣適能課程

服務面

提供優質輔導，滿足學生需求

國際面

促進國際交流，拓寬國際視野

改善機制

落實教師評鑑，提升教學品質

建立多元溝通管道，強化服務品質



外部顧客



高中生



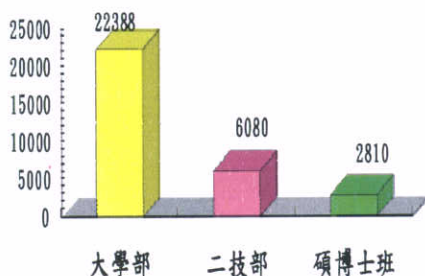
社會大眾



業界、雇主



畢業校友



醫學系：6054人
 牙醫學系：3099人
 藥學系：5084人
 護理學系：1997人
 保健營養學系：2061人

(截至97學年度止畢業校友人數)

外部顧客

行動方案

開發潛在客戶

成立招生專責單位

名師演講，高中生校園參訪

舉辦高中醫學營



校友服務

成立專責校友服務單位

建置校友互動網路

建立就業媒合平台



市場結合

◎ 創新系所符合市場需求

◎ 落實產學交流與互動

◎ 分析社會趨勢與就業市場動向

◎ 提升雇主滿意度

◎ 開設客制化課程

◎ 鼓勵終身學習，擴展回流教育

(一) 產品(服務)與市場策略



掌握市場趨勢



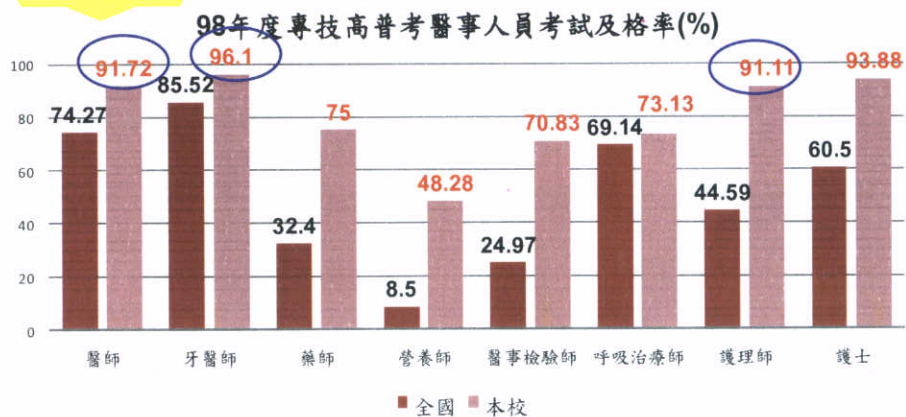
開發潛在顧客



創新改革課程

(一) 產品(服務)與市場策略—掌握市場趨勢

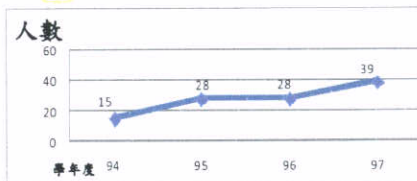
證照及格率
遠高於全國



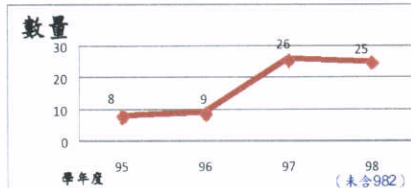
(一) 產品(服務)與市場策略—掌握市場趨勢

■ 國際化—全面攀升

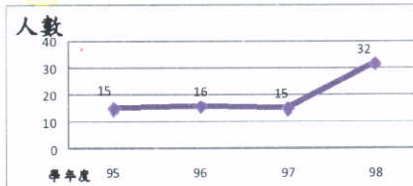
👑 國際志工



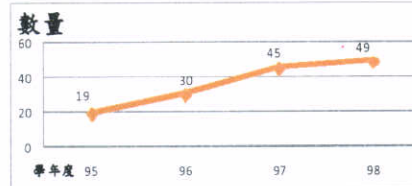
👑 全英語授課



👑 外國學生



👑 姊妹校



(一) 產品(服務)與市場策略— 掌握市場趨勢

■ 國際化－強化交流

國別	姊妹校數量
美國	14
德國	2
義大利	1
日本	13
韓國	4
印尼	1
土耳其	1
澳洲	2
波蘭	1
捷克	2
匈牙利	1
安提瓜	1
中國	6
總計	49

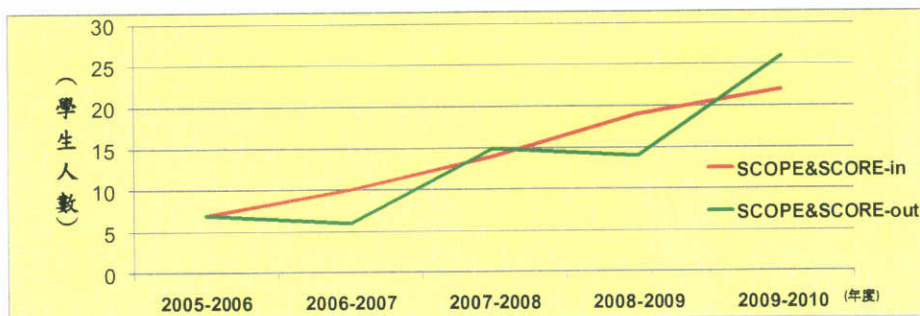
醫學系交換學生

世界醫學生聯盟(IFMSA)，設有委員會包括實習醫學生研究(SCORE)、實習醫學生實習(SCOPE)、醫學教育委員會等



(一) 產品(服務)與市場策略— 掌握市場趨勢

■ SCOPE/SCORE 交換學生



		2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	總計
SCOPE & SCORE	In	7	10	14	19	22	72
	Out	7	6	15	14	26	68

(一) 產品(服務)與市場策略— 掌握市場趨勢

■ 國外醫院交換實習

香港中文大學、日本東京大學、美國UCI、日本順天堂大學、韓國首爾大學等

學年度	95	96	97	98
人數	4	4	9	14



香港中文大學

UCI Medical Center



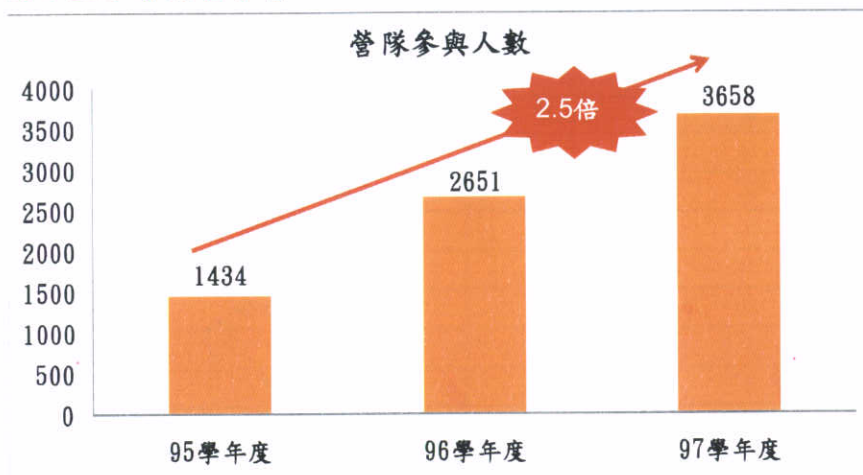
日本東京大學

香港威爾斯親王醫院



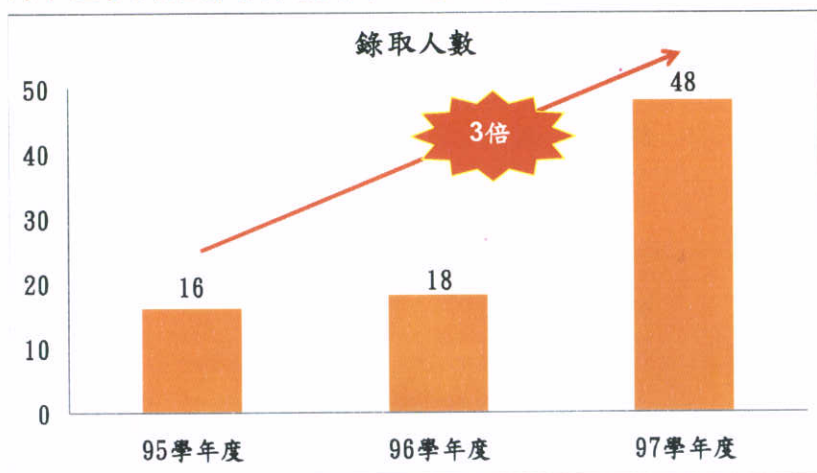
(一) 產品(服務)與市場策略— 開發潛在顧客

■ 高中生寒暑期醫學營



(一) 產品(服務)與市場策略— 開發潛在顧客

■ 高中生參與北醫營隊後錄取北醫人數



(一) 產品(服務)與市場策略— 開發潛在顧客

各系大學成績
排名在私校第
一、二名

97學年度大學入學成績排名

學系	全國排名	私校排名
醫學系(公費)	第一名	第一名
醫學系(自費)	第五名	第二名
呼吸治療學系	第一名	第一名
醫務管理學系	第一名	第一名
保健營養學系	第一名	第一名
老人護理暨管理學系	第一名	第一名
公共衛生學系	第二名	第一名
藥學系	第二名	第一名
牙醫學系	第三名	第一名
護理學系	第四名	第一名
醫學檢驗暨生物技術學系	第五名	第一名

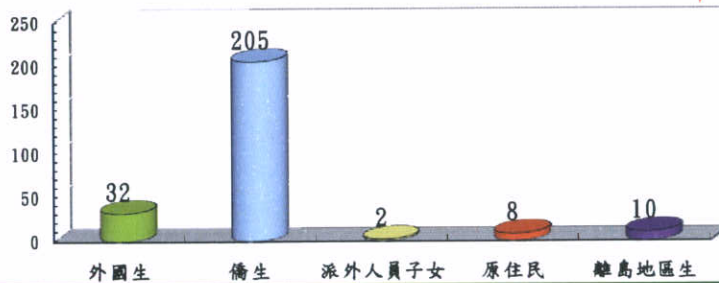
註：牙體技術學系97學年因歸屬於牙醫學類，排名第七名

(一) 產品(服務)與市場策略— 開發潛在顧客

■ 多元管道(大學部)

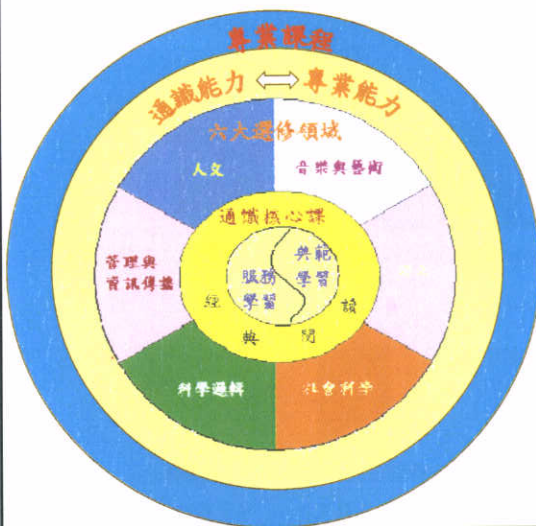
身分別	僑生	原住民	外國生	離島生	派外人員子女	身心障礙生	體育績優生
招生起始學年度	54	58	60	61	63	99	99

■ 98學年度註冊人數(含大學部及碩博班)



(一) 產品(服務)與市場策略— 創新改革課程

■ 通識課程專業化、核心化



全國先導

內層
典範學習-成己
服務學習-利他

中層
經典閱讀-自我理解
-知識及價值根源

外層
六大選修領域
(任選四領域,人文必選)
基礎通識/發展通識

(一) 產品(服務)與市場策略— 創新改革課程

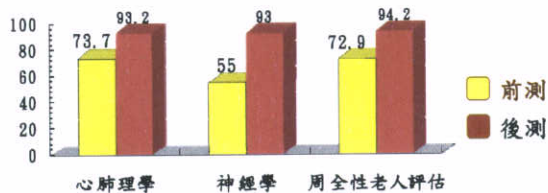
■ 通識課程優質化

學年度 項目	94	95	96	97	說明
	執行教學卓越計畫期間				
實際課程數	137	194	245	239	課程數 ↑
修課總人次	10288	11709	11976	12402	修課人次 ↑
平均 修課人數	75	61	49	52	單位課程人數 ↓
課程滿意度	未全面 實施	4.03分	4.08分	4.10分	評鑑完成率達95%

(一) 產品(服務)與市場策略— 創新改革課程

■ 跨學系團隊學習(GOSCE)

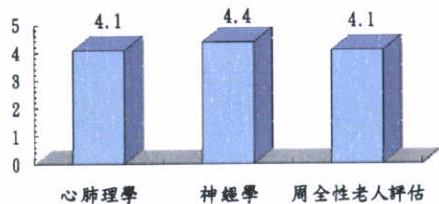
■ 課程前後測分數：



全國首創



■ 教案內容滿意度：



(二) 顧客與商情管理



蒐集資訊分析趨勢



掌握顧客來源與流向



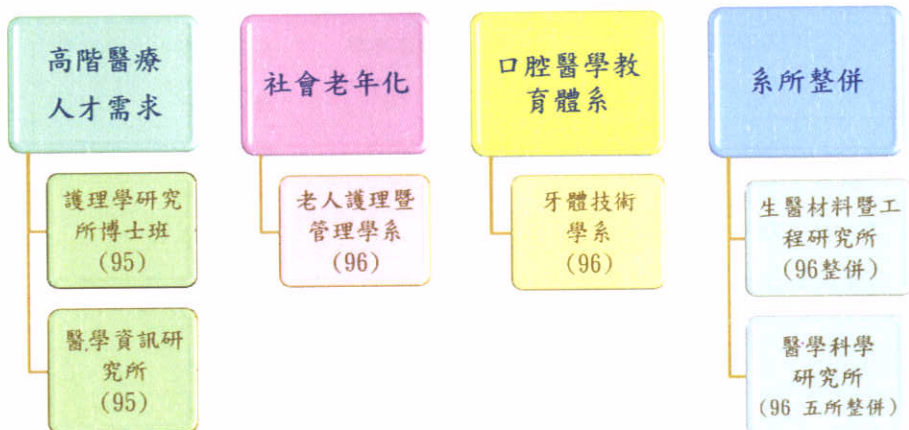
客制化課程



鼓勵終身學習

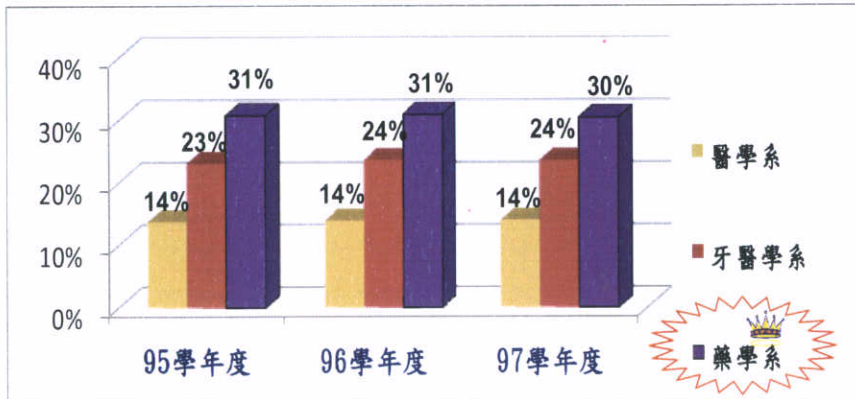
(二) 顧客與商情管理— 蒐集資訊分析趨勢

■ 因應市場需求



(二) 顧客與商情管理— 蒐集資訊分析趨勢

■ 大學入學市佔率



市場佔有率(%)=【本校在學人數/該科系全國在學人數】*100%

(二) 顧客與商情管理— 掌握顧客來源與流向

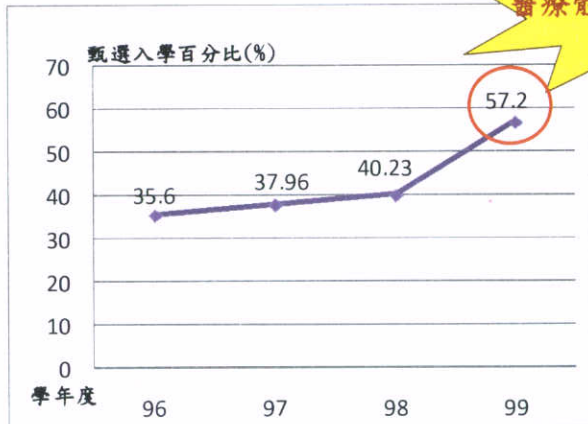
■ 多元入學分析

學年度	入學管道	錄取人數	註冊人數比率
95	學校推薦	97	100%
	個人申請	152	98.0%
	考試分發	696	91.7%
96	學校推薦	114	96.5%
	個人申請	168	98.8%
	考試分發	690	88.8%
97	學校推薦	121	97.5%
	個人申請	200	97.0%
	考試分發	652	90.6%

甄試入學較
考試分發入
學之註冊率
高

(二) 顧客與商情管理— 掌握顧客來源與流向

■ 擴大甄選入學

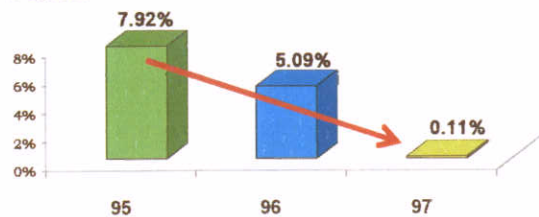


醫療體系院校最高

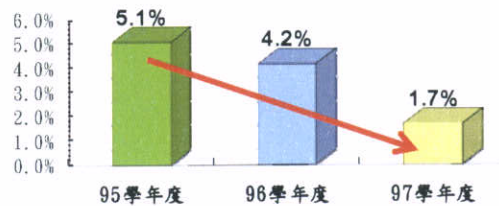


(二) 顧客與商情管理— 掌握顧客來源與流向

■ 退學人數佔錄取人數比



■ 轉系、轉學人數佔錄取人數比



(二) 顧客與商情管理— 掌握顧客來源與流向

學業成績 - 以醫學系為例 推甄申請> 指考分發

一年級	學校推薦	個人申請	普通	僑生	外國學生	派外子女	養成公費	轉系生
人數	10	39	81	11	1	2	9	6
(97)上	83.06	79.40	78.61	79.38	76.45	88.35	81.53	-

二年級	學校推薦	個人申請	普通	僑生	外國學生	派外子女	養成公費	轉系生
人數	10	44	77	7	1	3	11	6
(96)上	80.34	79.82	79.19	79.25	73.15	71.11	75.71	--
(96)下	82.94	82.35	80.55	79.61	82.11	78.16	78.48	--
(97)上	83.5	84.92	82.69	83.72	81.67	77.61	80.67	85.82

四、顧客與市場發展

(二) 顧客與商情管理— 掌握顧客來源與流向

參與服務之比例 - 以醫學系為例 甄試生優於一般生

非學業表現		醫學研究 ¹	系學會幹部	班級幹部	校際運動競賽 獲獎
學年度	身分別				
97	推甄入學	31/144 21.5%	46/144 32%	13/144 9.0%	5/144 3.5%
	一般生 ²	41/477 8.6%	82/477 17.2%	34/477 7.1%	18/477 3.8%
96	推甄入學	11/94 11.7%	20/94 21%	11/94 11.7%	5/94 5.3%
	一般生	31/366 8.5%	97/366 26.5%	46/366 12.6%	16/366 4.4%
95	推甄入學	5/41 12.2%	3/41 7.3%	5/41 12.2%	--
	一般生	32/269 11.9%	99/269 36.8%	40/269 14.9%	--

1. 醫學研究課程開設在一至四年級

2. 一般生身份包含指考生、公費生及原住民

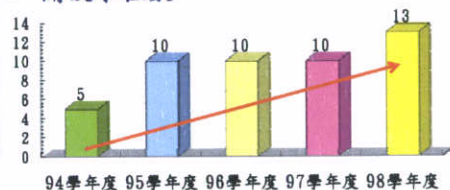
四、顧客與市場發展

(二) 顧客與商情管理—客制化課程

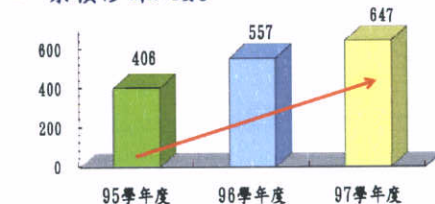
■ 跨領域實務導向之各類學程

執行單位	課程名稱	執行單位	課程名稱
醫學資訊研究所	生物醫學資訊學程	公共衛生學系	預防保健暨健康促進學程
臨床醫學研究所	國際生醫科技與材料科學學程	藥學系	中草藥產業技術學程
醫學科學研究所	生物技術學程	牙醫學系	兒童及身心障礙病患全人醫療學程
醫學人文所	醫學人文學程	護理學系	重症照護學程
醫學檢驗暨生物技術學系	分子檢驗學程	醫務管理學系	生技產業創業學程 國際醫務管理學程 健康政策與管理學程
醫學系	神經科學學程		

■ 開設學程數



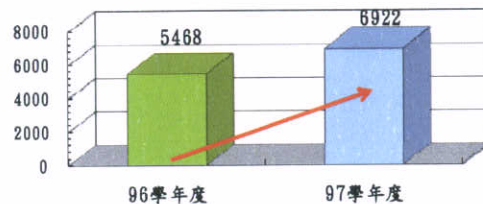
■ 累積修課人數



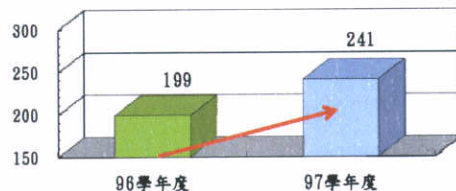
(二) 顧客與商情管理—鼓勵終身學習

■ 回流教育(學分班 & 非學分班)

■ 學員人數



■ 開班數



(三) 顧客關係管理



多元交流及申訴管道



顧客滿意度評量



持續改善服務品質



提供優質輔導

(三) 顧客關係管理— 多元交流及申訴管道

■ 交流平台

北醫人意見箱

校園討論區

北醫人意見箱

信箱



■ 溝通管道

各項座談會

與學務處有約

系主任座談

班級會議

MyTMU

■ 申訴評議

學生申訴評議委員會

性別平等教育委員會

教師申訴評議委員會

員工申訴評議委員會



(三) 顧客關係管理—多元交流及申訴管道

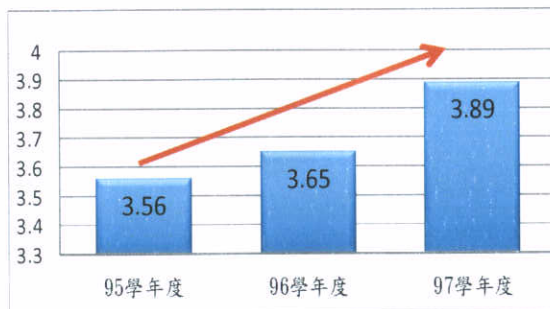
■ 客訴處理時效—以學生申訴處理流程為例



(三) 顧客關係管理—顧客滿意度評量

■ 行政滿意度

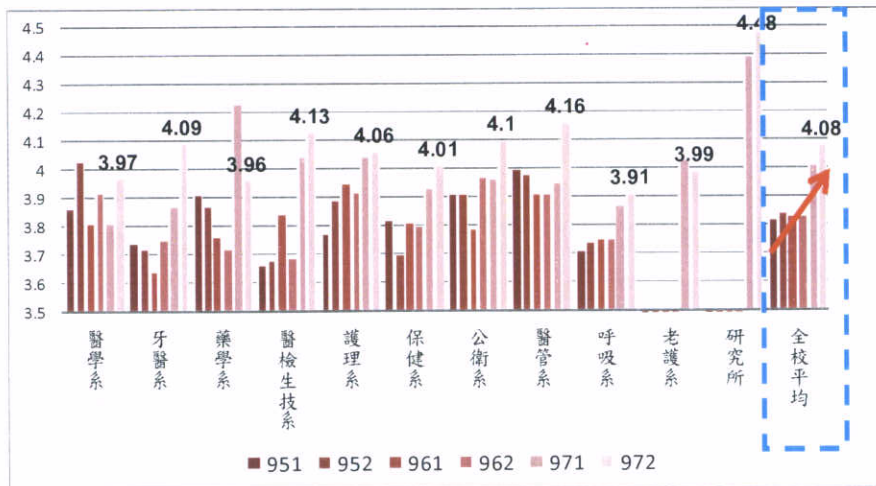
■ 學生評比：



■ 教職員評比：97學年度開始辦理，數值達 3.99

(三) 顧客關係管理—顧客滿意度評量

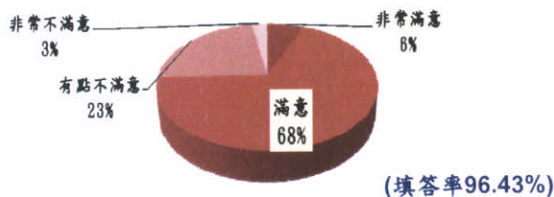
■ 教學滿意度



(三) 顧客關係管理—顧客滿意度評量

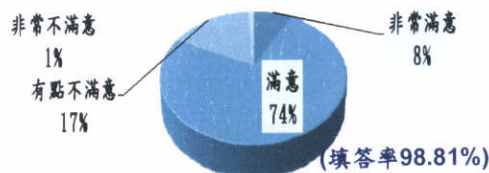
■ 畢業生滿意度 (大學部)

■ 96學年度



非常滿意+滿意
=74%

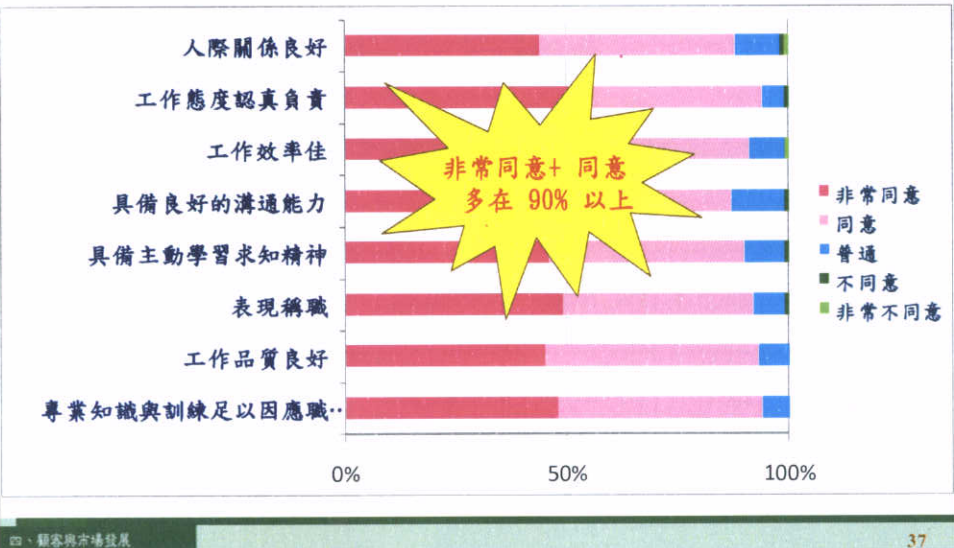
■ 97學年度



非常滿意+滿意
=82%

(三) 顧客關係管理—顧客滿意度評量

■ 雇主滿意度(463件統計資料)



(三) 顧客關係管理—顧客滿意度評量

■ 校務評鑑優異— 醫學類組唯一獲六項績優

校務項目	教學資源	國際化程度	推廣服務	訓練	通識教育	行政支援
表現較佳	北醫 長庚 陽明 慈濟	北醫 長庚 陽明	中國醫 北醫 高醫 陽明 慈濟	北醫 長庚 慈濟	北醫 長庚 陽明	中國醫 北醫
表現較弱	高醫	慈濟			中山醫	慈濟

■ 教育部獎補助款— 私立醫學院第一

學校名稱	2009年獲補助金額	2008年獲補助金額	兩年差異
臺北醫學大學	128,519,087	115,819,770	12,699,317
中國醫藥大學	106,025,367	96,299,786	9,725,581
高雄醫學大學	118,872,329	106,414,300	12,458,029
中山醫學大學	73,664,728	72,132,757	1,531,971
長庚大學	114,701,825	104,913,263	9,788,562
慈濟大學	78,721,947	98,779,388	(20,057,441)

■ 醫療奉獻獎共15人得獎— 全國領先



(三) 顧客關係管理—持續改善服務品質

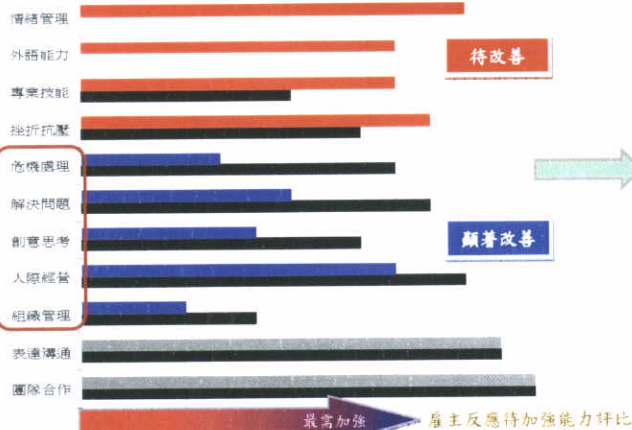
■ 教育部獎勵教學卓越計畫

- 2009-2010年共17個月，計畫通過補助新台幣9,900萬元
- 連續四年獲得獎勵，共獲29,484萬元的補助
- 2009年人均補助金額排名全國第3

校名	97年度計畫核定經費額度	98-99年度計畫核定經費額度	實際年補助金額	學生總數	98年平均每人補助金額排序
國立北藝大	62,500,000	114,000,000	80,470,588	2,025	1
臺北醫學大學	65,920,000	99,000,000	69,882,353	5,967	3
中國醫藥大學	80,340,000	120,000,000	84,705,882	7,780	5
元智大學	75,000,000	128,000,000	90,352,941	10,059	6
世新大學	83,810,000	110,000,000	77,647,059	11,070	8
靜宜大學	59,740,000	105,000,000	74,117,647	12,026	9
中原大學	90,400,000	119,000,000	84,000,000	16,054	14
東吳大學	108,150,000	110,000,000	77,647,059	15,690	15
東海大學	57,000,000	114,000,000	80,470,588	17,157	17
逢甲大學	124,580,000	135,000,000	95,294,118	20,426	18

(三) 顧客關係管理—持續改善服務品質

■ 雇主滿意度回饋改善 (有效樣本數共463份)

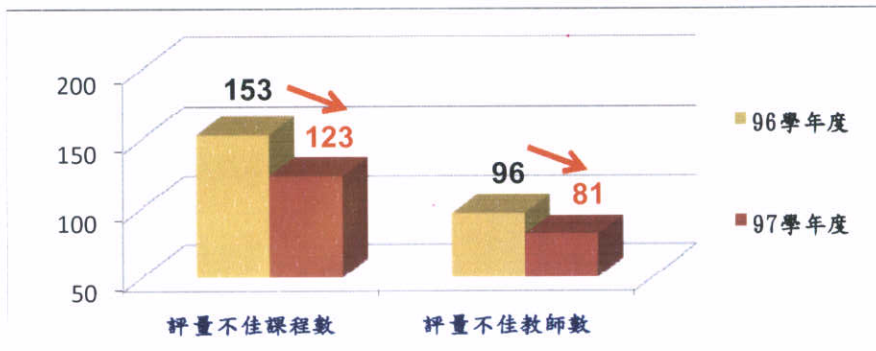


改善機制

針對95年度雇主滿意度分析結果，於96學年度開設跨系整合課程，以GOSCE方式由醫學系、護理系和呼吸治療學系進行小組整合課程，97年度已有初步改善。

(三) 顧客關係管理— 持續改善服務品質

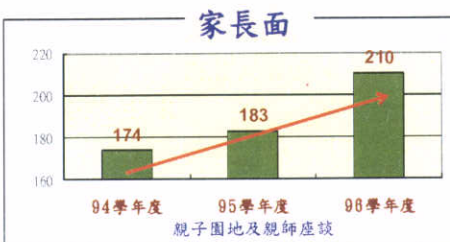
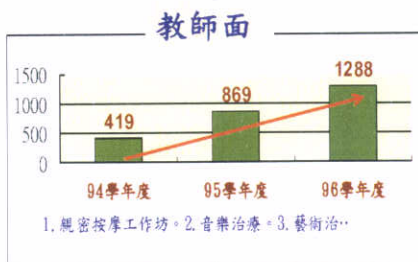
■ 教學評量



註：不佳 指5分量表中評定<3.5分

(三) 顧客關係管理— 提供優質輔導

■ 輔導滿意度



活動滿意度
皆達90%以上

總結

產品與市場策略

- 證照及格率遠高於全國
- 大學入學成績排名私校數一數二
- 通識專業課程融滲居全國先導地位
- 跨學系團隊學習(GOSCE)全國首創

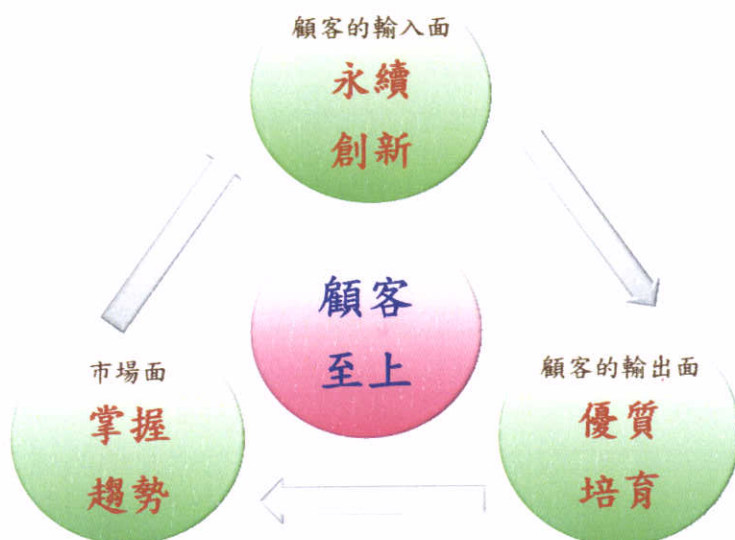
顧客與商情管理

- 甄選入學比率醫療院校最高
- 藥學系錄取名額數全國第一

顧客關係管理

- 校務評鑑醫學類組唯一獲六項績優
- 教育部獎補助款私立醫學院校第一
- 醫療奉獻獎得獎人數全國領先

結語



Thank you for your attention!

感謝指教



45