

醫藥數位行銷的大未來

繼年初 TPMMA 所舉辦的「多管道行銷((Multi-Channel Marketing) 在醫藥行銷的實務應用探討」獲得聽眾熱烈迴響後，醫藥產業如何搭上數位行銷的高速列車，運用越來越豐富且多元的數位、社群行銷媒介佔有先機，是醫藥產業共同的新趨勢與新課題。

隨著數位工具應用的日益普及，醫藥健康產業已逐漸應用各式各樣的數位行銷方式，例如：用 ipad 取代傳統紙本介紹來傳遞醫藥新知、學術展場碰到人見人愛的軟銀機器人 Pepper、臨床上的 App 衛教新模式...等，皆在臨床實務上，帶給醫療專業人員與藥品行銷同儕新思維與新創意。

本研討會除邀請「數位服務提供者」QuintilesIMS 來分享數位行銷的成功經驗與實務應用外，同時也邀請到國內規模最大的網路情報與社群口碑自動分析平台的資深副總以及台北癌症中心腫瘤科陳俊佑醫師分享 AI 人工智慧如何在臨床治療上貢獻策略，讓大家了解專家是如何觀察數位行銷的大未來，那些做法是有效益的？那些是有待改善的？期待與會的先進同好在數位時代乘風破浪，創造出更具有價值的行銷推廣模式。

醫藥數位行銷的大未來

一、民國 106 年 11 月 24 日(五) 13:00~17:00

二、會議地點：文化大學大夏館 B206 教室
(台北市大安區建國南路二段 231 號 B2)

三、研討會議程

MR 學分：3 ；藥師學分：申請中

時間	講題	講師	主持人
13:00~13:30	報到	秘書處	
13:30~13:35	Opening	TPMMA 朱茂男 理事長	
13:35~14:35	數位行銷的未來趨勢	蕭玉中 副總經理 意藍科技(國內規模最大的網路情 報與社群口碑自動分析平台)	李宗龍 常務理事
14:35~15:25	藥業執行「多管道數位行銷」 的實務經驗分享	雷侑蓁 總經理 寰宇藥品資料管理(IMS)	葉子怡 主委
15:25~15:45	Break		
15:45~16:35	IBM Watson for Oncology (人工智慧癌症治療輔助系統) 的實務經驗分享	陳俊佑 醫師 臺北癌症中心 IBM Watson 腫瘤專案負責人	葉子怡 主委
16:35~17:00	綜合提問與討論 & Closing	全體講師	李宗龍 常務理事

※必要時 TPMMA 將視情況進行議程調整※

四、本研討會歡迎藥品行銷企劃、銷售、Market Access 等各領域同仁及主管參加。

五、為提升研討會的效益，對於本議題如有相關問題，報到現場將提供提問卡，以便彙整並於會中答覆，謝謝！

報名流程

- 一、[TPMMA 網站](#)→[最新活動訊息](#)
- 二、繳費完成後，請線上回覆【[已繳費通知](#)】。
- 三、線上報名並繳費後才算完成報名手續。
- 四、費用：會員 1,700 元/人，非會員 2,000 元/人(提供教材及茶點)
- 五、名額有限請儘早報名，抱歉恕無現場報名繳費，感謝您的配合。
- 六、報名截止日：106 年 11 月 16 日 (**名額有限，額滿提前截止**)。
- 七、繳費方式：土地銀行-和平分行，
帳號：045-001-01591-9，
戶名：台灣藥品行銷暨管理協會
- 八、聯絡人：許專員，E-mail：fiona@tpmma.org.tw

交通地圖：

文化大學推廣教育部建國本部大夏館（地址：台北市大安區建國南路二段231號）



捷運：

- 信義線在大安森林公園站下，5號出口出站，步行約10分鐘至建國南路口。
- 木柵捷運線在科技大樓站下，轉乘和平幹線公車或步行約15分鐘至建國南路口。
- 北投南勢角或淡水新店線在古亭站下，轉乘和平幹線公車至建國南路口下。

公車：

- A：211、235、662、663、18、237、278、284、284(直行)、295、52、72、72(直達)、和平幹線號公車在龍門國中站下、15、15(萬美線)、3號公車至龍門國中站下車。
- B：207、211、235、662、663、15、15(萬美線)、18、237、278、284、284(直行)、295、3、52、72、72(直達)、和平幹線、敦化幹線號公車至龍門國中站下車。
- C：298、3號公車至龍門國中站下車。

停車：

- P1：中國文化大學推廣教育部停車場。
- P2：建國高架橋下停車場。
- P3：龍門國中地下停車場。