

臺北醫學大學 函

地址：110台北市信義區吳興街250號
承辦人：何欣容
電話：(02)66202589#15501
電子信箱：wendyhotmu@tmu.edu.tw

受文者：佛教慈濟醫療財團法人台中慈濟醫院

發文日期：中華民國115年1月20日
發文字號：北醫校事字第1154400013號
速別：普通件
密等及解密條件或保密期限：
附件：

主旨：本校Biodesign Center 啟動「2026 STB-Biodesign 策略
診斷與轉向實戰：醫材創新顧問系列」，敬請惠予公告並
轉知所屬醫材研發團隊躍報名參加。

說明：

- 一、辦理緣起與目的：醫材開發常面臨「技術卓越但臨床需求未明」或「商業策略與法規佈局脫鉤」之挑戰。本校作為STB計畫（台灣—史丹福醫療器材產品設計人才培訓計畫）推動機構，特開設旨揭課程。本課程跳脫傳統單向理論講授，聚焦於學員專案的深度診斷與策略重整，協助團隊將創新構想轉化為具備市場競爭力的落地商機。
- 二、顧問式教學與實務效益：本課程採「顧問諮詢」模式，結合真實市場案例解析，並針對學員的實際案源提出具體優化建議。透過10週密集輔導，協助團隊完成需求重構、風險矩陣及募資簡報，旨在提升團隊銜接國科會計畫（如SPARK、FITI）及爭取市場投資之競爭優勢。
- 三、課程主題與時程規劃：本課程於115年3月10日至6月2日，每週二下午13:00至16:00辦理，各週主題



如下（課程主題原則固定，惟實際授課內容得依講師專業規劃進行調整）：第1週(3/10)：需求重構-釐清「真痛點」而非「想像的市場」。第2週(3/17)：利害關係人博弈-KOL 訪談與利益校準。第3週(3/24)：概念產品壓力測試-概念篩選與風險攻防。第4週(4/7)：智財攻防-從專利布局與繞道策略 (IP Defense)。第5週(4/14)：法規沙盤推演 — QMS 與全球上市路徑。第6週(4/21)：價值定價論 — 自費與健保給付的權衡。第7週(5/5)：商模進化 — 市場分析與獲利邏輯重塑。第8週(5/12)：創投心理學 — 募資陷阱與估值談判。第9週(5/19)：巔峰故事力 — Medtech Pitch 的敘事與說服。第10週(6/2)：生醫創新 Demo Day — 跨界評審實戰。

四、招募與報名資訊：

(一) 招募對象：全國招募。優先錄取具備實際開發經驗，或亟需「策略轉向 (Pivot)」之團隊與個人。

(二) 篩選機制：採報名篩選制，須通過測驗與資格審查。

(三) 報名期間：115年1月19日至2月18日止。

(四) 上課地點：臺北醫學大學雙和校區 生醫科技大樓5樓 Biodesign中心。

(五) 課程費用：每人新臺幣 30,000 元整（經篩選錄取後另行通知繳費）。

(六) 更多資訊：請詳見本校Biodesign Center官網

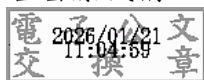
(<https://www.tmubiodesign.tw/>)。報名方式：請至線上表

單申請（網址：<https://forms.gle/XntGbmCSJdKEoHNk7>）。如果你想要的不是靈感，而是決策力；不是理論，而是可執行的生存策略，誠摯邀請您報名挑戰。

五、課程洽詢：如有任何疑問，請洽臺北醫學大學事業發展處 Biodesign Center 康宸瑋專員，電話：(02) 6620-2589 分機 15500。

正本：各醫療機構、各公立大學校院、各公私立大專校院

副本：



校長吳麥斯