

[重新查詢](#)[友善列印](#)**0981學期 課程基本資料**

系所 / 年級	健管系 2年級	課號 / 班別	36U00034 / A
學分數	2學分	選 / 必修	選修
科目中文名稱	醫療行銷管理	科目英文名稱	Marketing in Health Care Organizations
主要授課老師	邱尙志	開課期間	一學年之上學期
人數上限	60 人	已選人數	51人

起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

第1週 / 第18週 / I107 / 星期三第01節
第1週 / 第18週 / I107 / 星期三第02節

請各位同學遵守智慧財產權觀念；請勿非法影印。

教學綱要

一、教學目標(Objective)	1. Expose students to an overview of traditional concepts. 2. Expose students to an overview of next-generation of marketing approaches. 3. Enhance students' understanding of marketing approaches and techniques through, both, a computer simulation and preparation of a marketing plan. 4. Introduce students to management and organizational issues that influence effective implementation of marketing strategies in healthcare organizations. 5. Provide students with a strong foundation for an ongoing inquiry into health care marketing.
二、先修科目(Pre Course)	無
三、教材內容(Outline)	隨著社會進步與醫療產業的角色亦發重要，雖然醫療事業仍以非營利為導向，並不著重醫療服務的行銷需求，但現今講求服務績效與民眾滿意的競爭環境下，醫療行銷有其一定價值，如何運用合理醫療行銷概念，有效推展醫療與公共衛生服務，及推展病人為中心導向的服務，有助於醫療資源分配的合理化。本課程的主要對象為未曾修習行銷課程的公衛系學生，藉由本課程對醫療行銷進行通盤性瞭解，以一般行銷訓練為基礎，並針對醫療環境、市場預測、行銷區隔及定位、消費者分析、病患滿意度及市場研究等主要課題加以研討，以增加同學對醫療行銷之知識及技能。課程主要內容包括：行銷概論；行銷組合策略；醫療行銷的特質；購買行為與市場區隔、目標市場選擇；行銷策略的制訂包括產品策略、價格策略、促銷策略與通路策略；服務行銷；健保體制下的行銷組合、全球化、網際網路與醫療行銷等主題。
四、教學方式(Teaching Method)	以教師授課為主,學生分組報告為輔
五、參考書目(Reference)	Berkowitz EN. Essentials of Health Care Marketing. 醫療行銷學。Aspen Publishers, Inc., 1996. 台北：華泰文化事業，九十二年三月出版。 張國雄著，行銷管理學第二版。台北：雙葉書廊，九十八年二版。

2009/9/16

2009/9/23

2009/9/30

邱尙志

邱尙志

邱尙志

六、教學進度(Syllabi)
2009/10/7
2009/10/14
2009/10/21
2009/10/28
2009/11/4
2009/11/11

邱尙志
邱尙志
邱尙志
邱尙志
邱尙志
邱尙志

七、評量方式(Evaluation) 10% 課程參與 20% 指定報告 30% 期中考 40% 期末考

八、講義位址(http://)

九、教育目標

重新查詢