

# 美和科技大學



## 護理系 進修部二技 課程規範

課程名稱：健康創意與行銷

中華民國 115 年 1 月制定

## 1. 課程基本資料：

|         |         |                                      |     |
|---------|---------|--------------------------------------|-----|
| 科目名稱    | 中文      | 健康創意與行銷                              |     |
|         | 英文      | Principle of marketing in healthcare |     |
| 適用學制    | 二技(在職組) | 必選修                                  | 選修  |
| 適用部別    | 進修部     | 學分數                                  | 2   |
| 適用系科別   | 護理系     | 學期/學年                                | 一學期 |
| 適用年級/班級 | 夜二技護四己  | 先修科目或先備能力                            | 無   |

## 2. 護理系目標培育人才

依據 UCAN 系統，本系以培育「專業職能」為目標。

|      |                        | 就業途徑 | 職能   |
|------|------------------------|------|--|
| 專業職能 | 醫療保健-<br>醫療服務          |      | 1. 建立醫病關係以協助評估、了解身心健康問題。                                   |
|      |                        |      | 2. 分析身心健康問題及病人需求，以訂定醫療照護計畫。                                |
|      |                        |      | 3. 執行並落實醫療照護措施。  |
|      |                        |      | 4. 追蹤醫療照護效果。   |
|      |                        |      | 5. 依醫療照護或病人需求進行轉介或轉銜，以協助病患得到持續性照護。                         |
|      |                        |      | 6. 執行及推廣社區醫療及照護保健相關活動。                                     |
|      | 醫療保健-<br>健康產業及<br>醫務管理 |      | 7. 參與政府健康照護政策擬定與修訂。  |
|      |                        |      | 8. 依數據或資料分析結果執行醫療相關專案（如：對健保制度因應、國際醫療策略規劃等）之規劃、推動、制度訂定、評估等。 |
|      |                        |      | 9. 執行品質管理，以照顧病人及家屬的就醫感受。                                   |
|      |                        |      | 10. 執行醫療機構行政庶務管理。  |

### 3. 課程對應之 UCAN 職能

| 課程 \ 職能 | 專業職能 M  | 專業職能 A  |
|---------|---|---|
| 健康創意與行銷 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建立醫病關係以協助評估、了解身心健康問題。</li> <li>2. 分析身心健康問題及病人需求，以訂定醫療照護計畫。</li> <li>3. 執行並落實醫療照護措施。</li> <li>4. 追蹤醫療照護效果。</li> <li>5. 依醫療照護或病人需求進行轉介或轉銜，以協助病患得到持續性照護。</li> <li>6. 執行及推廣社區醫療及照護保健相關活動。</li> <li>7. 參與政府健康照護政策擬定與修訂。</li> <li>8. 依數據或資料分析結果執行醫療相關專案之規劃、推動、制度訂定、評估等。</li> <li>9. 執行品質管理，以照顧病人及家屬的就醫感受。</li> <li>10. 執行醫療機構行政庶務管理。</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 短時間內與病患建立信任關係，使病患願意配合醫療照護措施。</li> <li>2. 說明醫療照護措施的步驟。</li> <li>3. 蒐集病患之資訊包括病歷記錄、照護資料、各項檢驗值、影像檢查資料。</li> <li>4. 評估病患的健康照護問題與需求。</li> <li>5. 制定治療照護計畫以解決身心健康問題。</li> <li>6. 醫療照護過程中，詳盡監督並回報患者健康狀況。</li> <li>7. 根據管理規範及實際情況來報告病患的健康狀態，以提供醫療照護團隊評估和調整治療照護計畫。</li> <li>8. 醫療團隊能充份且暢通地進行溝通。</li> <li>9. 評估病患的狀態，以評斷是否有達到治療或照護的目標。</li> <li>10. 根據病患的反應修改或制定治療計畫。</li> <li>11. 執行健康照護政策相關之研究調查以做為政策研擬之重要參考資料。</li> <li>12. 分析各項對醫院營運造成影響之政策。</li> <li>13. 擬定辦法或專案以因應相關政策之影響。</li> <li>14. 評估辦法或專案推動成效並依評估結果修正之。</li> <li>15. 確實遵循疾病感染控制相關程序，以維護病人及其家屬就醫安全。</li> <li>16. 執行專案以監測服務品質滿意度。</li> </ol> |

註：M 表示課程內容須教授之「主要」相關職能 A 表示課程內容須教授之「次要」相關職能

## 4. 教學目標

本課程的核心教學目標在於培養學生分析健康產業市場、制定策略及溝通的能力。透過整合行銷理論與健康照護實務，使學生具備掌握健康趨勢、運用 STP（區隔、目標、定位）與 4Ps 服務行銷策略、設計健康推廣活動、以及落實倫理行銷與數位溝通的能力，推動健康產品或服務的有效落實。以下為具體教學目標：

### (1) 知識與分析能力 (Knowledge & Analysis)

- **掌握產業趨勢：** 瞭解健康產業（含醫療、照護、健康促進）的發展現況、市場結構與政策環境。
- **洞察消費需求：** 分析健康消費者行為、病患需求及影響購買決策的因素。
- **理論應用能力：** 熟悉服務業行銷、品牌行銷與社會行銷的基本概念。

### (2) 策略規劃能力 (Strategic Planning)

- **運用 STP 與 4Ps：** 活用市場區隔、目標市場選擇、定位(STP) 以及 4Ps 服務組合（產品、價格、地點、推廣）於健康服務中。
- **行銷企劃撰寫：** 培養撰寫結構完整、邏輯清晰的健康行銷企畫書能力。
- **商業模式創新：** 針對高齡化、大健康產業等趨勢，設計創新且可執行的商業模式。

### (3) 溝通與執行能力 (Communication & Implementation)

- **數位行銷傳播：** 運用社群媒體、數位工具進行健康議題的傳播與活動推廣。
- **跨領域整合：** 培養跨界溝通能力，有效整合醫療健康專業與行銷專業。
- **個案分析實作：** 透過案例討論，提升實務決策與解決問題的能力。

### (4) 倫理與社會責任 (Ethics & Responsibility)

- **遵循法規倫理：** 瞭解醫藥法規限制與健康倫理，建立正確的行銷道德觀。

- **社會行銷觀念：** 運用行銷手段推動社會公益健康議題，提升公眾健康素養。

總結來說，該課程旨在訓練出能將「健康服務/產品」以正確的方法傳達給需要的人，實現社會公益與商業價值的「大健康產業行銷專業人才」。

## 5. 課程描述

### 5.1 課程說明

本課程旨在協助具備臨床經驗的護理人員，建立健康產業所需的基礎行銷管理觀念，並結合創意與創新思維，培養將專業護理知識轉化為具價值之健康服務與產品的能力。

課程內容由淺入深，從行銷的核心概念出發，說明市場分析、顧客需求、品牌溝通與服務設計等基本理論，並以健康照護、醫療服務、長照與健康促進等實際情境為案例，協助學員理解行銷在健康產業中的應用方式。

同時，本課程強調「創意 × 護理專業 × 行銷思維」的跨域整合，透過設計思考、創新服務與實務演練，引導學生發掘臨床與照護現場中的問題與需求，進而發展具可行性的健康創意方案。期望學生完成課程後，能以更宏觀的視角看待健康服務的規劃與推廣，提升專業影響力與職涯發展的多元可能性。

| 週次 | 課程內容規劃               | 課程設計養成之職能        | 時數 |
|----|----------------------|------------------|----|
| 1  | 健康創意與行銷課程介紹          | M1~M10、A1~A16    | 2  |
| 2  | 醫療行銷管理導論             | M1、M2、M7、A11、A12 | 2  |
| 3  | 買賣交易模式與行銷六大構面        | M1~M3、A4~A8      | 2  |
| 4  | 行銷的定位與差異化 (STP 理論應用) | M1~M3、A4~A8      | 2  |
| 5  | 醫療行銷組合—產品、價格         | M1~M3、A4~A8      | 2  |
| 6  | 醫療行銷組合—促銷、通路         | M1~M3、A4~A8      | 2  |
| 7  | 品牌行銷與消費行為決策評估        | M7~M10、A11~A16   | 2  |

| 週次 | 課程內容規劃          | 課程設計養成之職能       | 時數 |
|----|-----------------|-----------------|----|
| 8  | 醫療產業媒體公關與溝通行銷   | M7~M10、A11~A16  | 2  |
| 9  | 期中考             |                 | 2  |
| 10 | 商業模式介紹          | M1~M10、A1~A16   | 2  |
| 11 | 創意與創新的差異與關聯     | M2、M6、M7、A4、A12 | 2  |
| 12 | 設計思考            | M2、M6、M7、A4、A12 | 2  |
| 13 | 從臨床問題發展創意解決方案   | M2、M6、M7、A4、A12 | 2  |
| 14 | 期末考             |                 | 2  |
| 15 | 健康創意與行銷案例線上課程 1 | M1~M10、A1~A16   | 2  |
| 16 | 健康創意與行銷案例線上課程 2 | M1~M10、A1~A16   | 2  |
| 17 | 健康創意與行銷案例線上課程 3 | M1~M10、A1~A16   | 2  |
| 18 | 健康創意與行銷案例線上課程 4 | M1~M10、A1~A16   | 2  |

### 5.3 教學活動

教材講授與行銷案例研討、學生經驗分享、研究文獻評析、批判性思考訓練與實際案例演練評量。

## 6.成績評量方式

| 評量項目    | 比例  | 評量方式說明      |
|---------|-----|-------------|
| 課堂參與及討論 | 40% | 出席、發言、討論參與度 |
| 期中考試    | 30% | 配合教材進行測驗    |
| 期末考試    | 30% | 配合教材進行測驗    |

## 7.教學輔導

### 7.1 課業輔導/補救教學對象：

1. 學習進度落後：於課堂中無法及時掌握醫療行銷重點或案例分析無法理解之學生。
2. 研究能力需加強：於批判報告或實務經驗分享，顯示問題釐清、資料分析脈絡建構不足之學生。
3. 實務應用困難：於行銷實務個案分析時遇到困難之學生。

## 7.2 課業輔導/補救教學之實施

課業輔導與補救教學的實施方式：

1. 個別化指導：透過面談或線上諮詢，協助學生釐清學習盲點與研究方向。
2. 同儕輔導：透過工作經驗相近的同儕討論與案例練習，增進對批判性思考的理解。
3. 彈性時間安排：除了 office hours 外，彈性安排輔導時間，以兼顧學生的工作與學習需求。
4. 進度檢核：透過作業回饋、隨堂討論或階段性評量，持續追蹤學生的學習成效。

## 7.3 課業輔導/補救教學時間與聯絡方式

- ◆ 輔導時間：除了 office hours 外，彈性安排輔導時間。
- ◆ 輔導老師聯繫方式：

(1). 授課教師：苑梅俊副教授

(2). 校內分機：8675

(3). 授課教師 email：x00002217@meiho.edu.tw

(4). 教師研究室：E504