

淡江大學 112 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	健康事業行銷管理學	授課 教師	毛莉雯 LIH-WEN MAU
	HEALTHCARE MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	健管碩經營一 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TZHAMI A		
課程與SDGs 關聯性	SDG3 良好健康和福祉 SDG6 潔淨水與衛生 SDG11 永續城市與社區 SDG12 負責任的消費與生產		
系（所）教育目標			
一、培養解決問題之能力。 二、培育研究與創新能力。 三、深化跨領域專業職能。 四、培養終身自主學習。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 獨立解決問題能力。(比重：30.00) B. 高齡健康管理能力。(比重：10.00) C. 健康產業管理能力。(比重：20.00) D. 健康資訊分析能力。(比重：10.00) E. 研究創新能力。(比重：10.00) F. 論文撰寫發表能力。(比重：10.00) G. 終身自我學習能力。(比重：10.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：10.00) 2. 資訊運用。(比重：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：15.00) 6. 樂活健康。(比重：15.00) 7. 團隊合作。(比重：10.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00)			

課程簡介	<p>本課程主要介紹健康產業行銷之定義與範疇，瞭解行銷基本概念與市場結構，以及如何應用行銷策略規劃於醫療市場分析與健康促進。尤其醫療產業處於後疫情時期，期透過本課程幫助學生瞭解健康促進之重要性，以及如何透過學習健康促進方案的設計，改善個人與社區健康，進而達到全民健康的終極目標。課程中所涵蓋之健康促進方案包括長期照護產業，癌症與慢性病篩檢，兒童保健，與職場員工健康促進等議題，應能符合健康產業的多元範疇。</p>
	<p>This course is intended to understand the definition and fundamental concepts of marketing and market structure; and to apply strategic planning for healthcare market analysis and health promotion. Especially, it is critical to understand how healthcare industry can manage post-pandemic challenges to achieve the goal of health for all. Specially, this course will discuss multi-dimensional health programs, including long-term care industry, cancer and the chronic disease screening, child care, and occupational health, to cover the comprehensive spectrum of healthcare industry.</p>

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能 (Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	本課程主要介紹健康產業行銷之定義與範疇，瞭解行銷基本概念與市場結構，以及如何應用行銷策略規劃於醫療市場分析與健康促進。	To introduce the definition and scope of marketing in healthcare industry; to understand fundamental concepts of marketing and market structure; and how to apply strategic planning for healthcare market analysis and health promotion.

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所)核心能力	校級基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	ABCDEFGF	12345678	講述、討論、發表	作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	112/09/11~112/09/17	課程簡介：何謂健康行銷 (Course Overview: Introduction of Health Marketing)	
2	112/09/18~112/09/24	健康的定義與健康促進(Definition of Health and Health Promotion)	
3	112/09/25~112/10/01	健康行銷原則 (Principles of Health Marketing)	
4	112/10/02~112/10/08	市場架構與分析 (Market Framework and Analysis)	

5	112/10/09~ 112/10/15	市場區隔與目標市場促銷 (Market Segmentation and Target Market Promotion)	
6	112/10/16~ 112/10/22	行銷組合:產品, 價格, 通路, 與促銷(Market Mix: Product, Price, Channel, and Promotion)	
7	112/10/23~ 112/10/29	全民健康保險之行銷組合 (I)	
8	112/10/30~ 112/11/05	全民健康保險之行銷組合 (II)	
9	112/11/06~ 112/11/12	期中書面報告 (mid-term report)	
10	112/11/13~ 112/11/19	顧客行為與健康服務利用模式(Customer Behavior and Healthcare Utilization Models)	
11	112/11/20~ 112/11/26	行銷與策略規劃(Marketing and Strategic Planning)	
12	112/11/27~ 112/12/03	市場調查(Market Survey)	
13	112/12/04~ 112/12/10	健康促進程序與階段(Health Promotion Process & Stages)	
14	112/12/11~ 112/12/17	長期照護市場與行銷 (Long-Term Care Marketing) (I)	
15	112/12/18~ 112/12/24	長期照護市場與行銷 (Long-Term Care Marketing) (II)	
16	112/12/25~ 112/12/31	職場健康促進設計與行銷(Health Promotion Program Design for Working Environment and Marketing)	
17	113/01/01~ 113/01/07	期末報告 (I)	
18	113/01/08~ 113/01/14	期末報告 (II)	
課程培養 關鍵能力	自主學習、國際移動、資訊科技、社會參與、問題解決、跨領域		
跨領域課程	素養導向課程(探索素養、永續素養或全球議題STEEP(Society ,Technology, Economy, Environment, and Politics))		
特色教學 課程	專題/問題導向(PBL)課程		
課程 教授內容	邏輯思考 環境安全		
修課應 注意事項			
教科書與 教材	自編教材:講義、影片 採用他人教材:教科書		

參考文獻	
學期成績 計算方式	◆出席率： 30.0 %   ◆平時評量：10.0 %   ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉：        %
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 <b>※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。</b>