

107 年度教育部技專校院高教深耕計畫執行成果摘要表

課程名稱	健康產業行銷學				
主軸計畫	B 課程創新 跨域整合		子計畫	B1 推動跨域創新課程	
工作項目	B1-1 推動基礎融合專業通識革新課程~ 理論導向實際應用模式-健康產業行銷傳播				
執行單位	通識教育中心		執行人/ 分機	王素真 / 350	
舉辦時間	107 年 5 月 1 日 至 107 年 10 月 30 日				
參與人員	男	女	合計	滿意度分析	
校內教師	人	1 人	1 人	項目	分數(最高 5 分)
校外教師	1 人	1 人	2 人	A.研習內容規劃	4.5 分
校內學生	45 人	37 人	82 人	B.講師授課情形	4.5 分
校外學生	人	人	人	C.學員自我幫助	4.4 分
其他(職員、助理)	人	1 人	1 人	D.服務品質	4.5 分
合計	46 人	40 人	86 人	E.整體平均	4.5 分
跨校參與/使用率			2.3 %		
課程摘述					
<p>一、課程內容：</p> <p>第 1 章 探索健康產業</p> <p>第 2 章 健康產業的本質範疇與特色</p> <p>第 3 章 健康產業參與者與利害關係人</p> <p>第 4 章 與健康產業有關的倫理與法規限制</p> <p>第 5 章 健康產業行銷定義與型式</p> <p>第 6 章 健康產業的產品及定價策略</p> <p>第 7 章 健康產業的通路及推廣策略</p> <p>第 8 章 政策行銷與公眾溝通</p> <p>業師協同教學 1--新科技於健康產業的應用</p> <p>業師協同教學 2--健康產業因應高齡化的行銷策略</p> <p>業師協同教學 3--健康產業口碑行銷與顧客共創價值實務分享</p> <p>業師協同教學 4--服務業行銷-服務業的特性、競爭策略</p> <p>業師協同教學 5--服務業的行銷問題研究-服務品質管理與法規概念</p> <p>業師協同教學 6--推廣與整合行銷溝通-顧客關係及行銷媒體介紹</p> <p>健康產業行銷與溝通實作分組報告</p> <p>二、課程活動：</p> <p>(一)健康產業行銷作業小組討論。</p> <p>(二)實地訪談。</p> <p>(三)多元敘事:簡報短講或微電影影像紀錄。</p>					

(四)健康產業行銷與溝通分別有健康服務產業行銷、傳統產業行銷等相關領域之實作分組報告、分享與回饋。

三、課程質量化成果：

(一)量性成果

1. 滿意度分析:研習內容規劃 4.5 分、講師授課情形 4.5 分、學員自我幫助 4.4 分、服務品質 4.5 分、整體平均 4.5 分。
2. 一冊電子書內含健康產業行銷實作分組報告作品-健康產業行銷與溝通分別有健康產業行銷領域(7 件)、傳統產業行銷領域(6 件)之實作成果，學生透過簡報短講或微電影影像紀錄表達展演，共計有簡報短講 10 件、微電影影像紀錄 3 件。

(二)質性成果

1. 學生實務地學習健康產業行銷管理應有的邏輯思辨、溝通表達與問題解決的素養與能力。
2. 學習利用簡報短講、影像紀錄等多元敘事方式，呈現健康產業中之品牌/產品/服務/作業流程等之行銷策略管理、實務銷售手法、創業過程等。
3. 整合八大核心素養教出專業實力，加上敘事論理邏輯與文字表達的培養，學生能主動營造樂活健康氛圍，並帶動同儕，畢業後能提供優良品質之服務環境。
4. 深化學生對專業敘事力與實踐服務，讓自身專業能力創造場域的加值應用，實現利他精神，同時培養學生專業能力的自信，提升職場就業競爭力。

課程照片



說明：馮瑛瑛業師-課前動動腦



說明：學生作品報告分享

填 表 人 王素真

填 表 日 期 107 年 10 月 30 日