

數位科技與醫療行銷 課程概述

醫療行銷的基本概念、醫療行銷的特質、市場導向的策略管理、行銷環境與資訊、市場與定位(包括消費者市場與購買行為、組織市場與購買為、市場區隔、行銷組合策略(包括產品策略、價格策略、促銷策略與通路策略)等主題。其次，課程也帶入新型態醫療行銷商業模式應用包含商業模式圖、免費商業模式、長尾理論創造獲利、創新商業模式。並且結合實務案例介紹與分組討論案例 1：高露潔（Colgate）公司商業模式、案例 2：愛爾康（Alcon）公司商業模式、案例 3：樂齡公司商業模式、案例 4：智能科技公司商業模式、案例 5：生物科技公司商業模式。

最後，課程設計亦導入以「概念為本」的課程教學方式，鼓勵學生思考與辯證，藉由課堂分組討論與辯證，提高學生對課程興趣與學習動機，並且大量運用實務案例，激發學生們獨立思考及創意無限的解決方案，希望能教導學生能帶著走的 Skill。