

医院市场部工作计划范文

篇1：医院市场部工作计划范文

一、指导思想

家庭教育是现代教育中一个重要组成部分，只有加强科学管理，努力办好家长学校，提高家庭教育水平，促进家校联系，广开社会育人渠道，坚持学校教育、家庭教育、社会教育三者有机结合，互相补充，协调发展；融思想性、知识性、实践性于一体。积极构建家庭、学校、社会一体化的教育体系，才能全面推进素质教育，依靠全体教师的努力及全体家长的支持，努力创建和谐校园。

二、工作目标

1、通过家长学校向广大家长宣传党和国家教育方针，政策和法规，帮助家长树立正确的家庭教育观念。

2、帮助家长提高思想道德、科学文化和教育水平，加强法制教育，规范家长自身的教育行为，促进孩子身心的健康成长。

3、建立一支专兼结合、功能互补、具有较高专业素养的家庭教育指导者队伍。

4、充分发挥优秀家长的示范、辐射作用，积极培养家长的先进典型。

三、具体工作

(一) 抓好理论学习，切实提高全体教师及家长的家教理论水平。兼任家长学校的教师应认真学习新理论，了解新信息，掌握新知识，形成新观念，使家庭教育指导工作具有时代性、前瞻性、科学性和实效性。

组织家长学习《小学生日常行为规范》《家长教育行为规范》《不输在家庭教育上》及相关文件，使家长了解当前家庭教育面临的新情况、新问题，明确新形势下家庭教育的重要性，了解当今的孩子有哪些迫切的需要，从而从孩子的需要出发，从家庭教育的实际出发，加强学习、更新教育观念，提高家庭教育的水平。

(二) 抓常规管理，切实提高家长学校的办学质量。

1、继续抓各项制度的落实。在切实做到“六有”的基础上，继续做好家长学校的常规工作，健全家长学校档案、奖励、考核、教学等各项制度。

2、丰富授课内容及活动形式，加强授课内容的针对性。为使家长学校的授课

增强吸引力和实效性。

3、向家长们传授家庭教育方面的理论知识及实际操作办法，使家长们在提高家教理论水平的同时，提高家教水平。

4、利用家长学校的授课及相关问卷了解家长的需求，针对家长们的热点意见相应调整授课内容。安排一些课程，继续向家长们宣传教育上的有关法规、大事。

5、围绕学校的“创示”开设一些课程，使家长认识到学校创建与自己切身利益的关系，要求家长全力支持学校的创建工作，形成学校、家庭在思想上、行动上一致的创建热潮。

6、通过家访、征稿、网络平台、短信等多种形式加强家校联系，注重信息反馈。

（三）教育措施

家长学校是一种特殊的成人教育，针对家长实际，采用多种形式进行教育

1、面授。面授针对性较强，能面对面交流，作为主要的教学形式。主要是家长会、专题讲座家长来自各行各业，休息的时间也大不相同，为了使大多数家长能保证听课时间，征求家长的意见，尽可能利用家长休息时间召开家长会进行讲座。

2、自学：家长学校的各个学员处在不同的区域和单位，因此，将相关家庭教育的内容通过网络平台作为面授的补充，供家长学习与参考。为保证其效果，学校通过反馈问卷等形式以加强效果。

3、亲子活动。寓教于乐，把教育渗透到由家长参与的活动中去，增加教育的实践性。此形式主要针对低年级家长。

4、观摩。根据学校计划，制定面向家长的开放日，供家长到校观摩、听课、交流。让家长了解学校教学情况，了解子女的学习过程，增进家校联系，加强家长与老师的沟通。

5、利用教师家访、电话联系等方式加强家校联系。

6、利用问卷形式多征求家长意见，不断改善学校办学制度，逐渐完善与人环境。

7、学期末进行家长委员会座谈，促进家长学校工作的开展。

8、每学年初对一年级新生家长进行集中培训，重点是养成教育、家长如何配合、教师的任务，使学生迈好入学的第一步。

9、每学年要召开六年级学生家长会一到两次，针对六年级学生学习、青春期

教育、升学等问题进行教育交流。

篇2：医院市场部工作计划范文

一、工作目标

1. 提升医院品牌知名度，增强市场竞争力；
2. 拓宽医疗服务市场，提高市场份额；
3. 优化患者就医体验，提高患者满意度；
4. 加强内部团队建设，提升团队协作能力。

二、工作内容

1. 市场调研与分析

- (1) 收集行业政策、竞争对手、潜在客户等信息；
- (2) 分析市场趋势，挖掘市场机会，为医院制定发展战略提供依据；
- (3) 定期提交市场调研报告，为医院决策提供参考。

2. 品牌建设与推广

- (1) 制定医院品牌建设方案，提升医院形象；
- (2) 利用线上线下渠道，开展医院品牌宣传活动；
- (3) 组织各类公益活动，提高医院社会责任感。

3. 医疗服务拓展

- (1) 开发新医疗服务项目，满足患者多样化需求；
- (2) 优化医疗服务流程，提高医疗服务质量；
- (3) 加强与保险公司、企业等合作，拓宽医疗服务市场。

4. 患者满意度提升

- (1) 开展患者满意度调查，了解患者需求；
- (2) 针对患者反馈，改进医疗服务，提高患者满意度；

(3) 建立患者关系管理系统，提升患者就医体验。

5. 团队建设与培训

(1) 制定团队培训计划，提升员工业务能力；

(2) 加强团队沟通与协作，提高工作效率；

(3) 建立激励机制，激发员工积极性和创造力。

三、工作安排

1. 每月进行一次市场调研与分析；

2. 每季度制定一次品牌建设与推广计划；

3. 每半年开发一项新的医疗服务项目；

4. 每年开展两次患者满意度调查；

5. 每季度组织一次团队培训活动。

四、工作评估

1. 对市场部各项工作进行定期评估，确保工作计划的有效实施；

2. 评估结果作为员工绩效考核的重要依据；

3. 根据评估结果，调整工作计划，优化工作策略。

五、工作总结

1. 每年底对全年工作进行总结，分析工作亮点与不足；

2. 提出改进措施，为下一年度工作计划制定提供参考；

3. 总结报告提交给医院领导，为医院发展决策提供依据。

篇3：医院市场部工作计划范文

一、目前市场部现状分析

我认为，市场部工作应该是分析市场、研究市场、总结市场规律，具体进行市场开发工作。对市场工作则主要进行工作业绩的考核。医院市场部在某种程度上等同于企业的销售部。而作为营销人员应该具备什么样的基本素质呢？形象要端正，市场意思强，沟通能力、

应变能力强，能够吃苦，有比较好的团队合作精神等。而从事医疗营销的市场人员，个人基本要求更高。

医院市场部目前做了哪些工作呢？发传单、挂户外牌、以及进行车套广告的维护等。挂多少牌？做多少车套广告？以及内容如何组织，设计等？更大程度上应该是策划人员的宣传工作。而执行这些工作，更多的是要求体力活（很多单位是将类似工作直接交给广告公司来完成的）。本院的具体挂户外牌等工作，交给几个身手敏捷的人，应该可以搞定。

市场部是否能够正常运转？能开展有效的市场开发工作？决定于医院制定的市场思路、市场开发人员基本的素质高低和市场部管理水平等。如果说策划工作要求的是有创意，求新，侧重于文字表达能力、平面设计能力等方面，是点对面的宣传工作；那么市场工作则基本上是根据市场开发工作的需要，侧重于公关能力、沟通能力等方面，是进行点对点的宣传工作；工作本身更多的要求市场人员较高的个人素质，以及较好的工作主动性、自觉性等方面。如果市场人员总是等着别人来安排其工作，同时其又不能很好的与人沟通，那么这样的市场人员原本就不合格。

一般单位用人，是因为“岗位”而选择“人”、用“人”；而我们现在的市场部工作是因“人”而设置“岗位”。如此，市场部工作怎么开展？市场部的业绩考核如何进行？

二、本院市场部的工作职能描述

1、调查市场、分析市场、总结市场规律，制定市场开发工作方向。

、通过适当方式深入市场调查，分析、总结市场规律；

、及时收集本医院病人信息，进行客观统计分析，找准市场方向。

上述工作，一是为了更好的明确市场工作方向，二是检验市场工作的业绩。当然，对医院策划部来说，也有必要进行市场分析工作。

2、适当的时候，进行医院全员营销培训，逐步提高医院整体营销水平。

医疗服务营销，不同于有形产品的营销。产品营销，可能是与生产者关系不大的工作；而医疗服务过程是病人来医院后的具体医疗行为，涉及到医疗服务的各环节，联系到提供医疗服务的所有医务人员。如何让病人来医院接受比较满意的医疗服务，自然就涉及到相关医务人员的营销观念，以及具体的营销行为。

提高我医院医务人员的营销意思、营销水平，进行医院内部的营销培训工作
、营销工作，有时候更重要。

3、客服工作。

规范医疗服务，根据医院实际情况进行一定程度的客服工作，提高医院现有客户的满意度，忠诚度，促进医院的良好口碑，从而促进医院的经济效益。客户服务工作也是销售工作配套的惯例。

篇4：医院市场部工作计划范文

(一)在医院网络更新的前提下，完善我部门的网络系统更新并与之同步，将有关科室的检查信息快捷的收集、整理、汇总，在第一时间拿出个案《体检评估报告及医疗、保健、卫生询问建议》。真正做到安康档案数据化、标准化、连续化。

(二)依据可调阅的财务资料，分析市场、总结市场规律，在不违反医疗法规、医师职业道德标准的前提下，本着“施行医疗效劳、传播保健理念”的宗旨、准时订正市场开发工作的可操作策略(与各乡镇医院建立细化的横向业务联系、人员培训战略、保险公司的可操作的体检表格更新、学校体检的人性化、科学性、合理性的座谈)。

(三)适当的时候，进展医院全员营销培训，逐步提高医院整体营销水平。医疗效劳营销，不同于有形产品的营销。产品营销，可能是与生产者关系不大的工作;而医疗效劳过程是病人来医院后的详细医疗行为，涉及到医疗效劳的各环节，联系到供应医疗效劳的全部医务人员。如何让病人来医院承受比拟满足的医疗效劳，自然就涉及到相关医务人员的营销观念，以及详细的营销行为。提高我医院医务人员的营销意思、营销水平，进展医院内部的营销培训工作、营销工作，有时候更重要。

(四)客户效劳的窗口形象建立。把“坚持有热忱、有尊严、有理性的效劳客户、坚守职业道德、遵守职业医师守则、”贯穿在效劳的全程中。标准医疗效劳，依据医院实际状况进展肯定程度的客服工作，提高医院现有客户的满足度，忠诚度，促进医院的良好口碑，从而促进医院的经济效益。客户效劳工作也是销售工作配套的惯例。这同时也是全体医务人员共同的工作。

(五)明确工作职能，有打算的有效率的进展市场开发工作。适时组织、安排周边社区安康、卫生相关公益工作。利用每年“送三下乡效劳活动”、“国际艾滋病日”、“结核病日”“戒烟日”等系列社会公益活动、有打算的针对城镇、农村市场的开展大型免费体检、安康评估询问活动;此项工作本身涉及到市场人员对相关政府职能部门的公关力量，以及有效进行活动的执行力量，活动效果的分析、统计力量。

经过多年的时间证明：此类活动的胜利进展，既是医院形象、医院品牌的进一步推广，也可以直接促进医院经济效益(发觉病人，从而直接带来医院的经济效益)。