

# 医院宣传工作计划

## 篇1：医院宣传工作计划

二〇〇八年工作计划走进新世纪，在医疗体制改革的新形势下，伴随社会主义市场经济体制的建立与发展，以及覆盖面很广的城镇职工基本医疗保险制度和农村合作医疗的实施，医疗服务市场不仅存在而且竞争日趋激烈，这样对医院的生存与发展就构成了相当大的压力。由于群众有权利自由选择哪家医院就医，谁的形象好，谁的实力强，谁有知名度，就可能拥有市场。因此，搞好医院宣传工作就显得尤为重要，这也是医院主动适应医疗服务市场竞争的具体表现，是充分利用医院宣传工作优势让患者来了解医院、认识医院来我院就诊的有效途径。对新时期医院宣传工作来说，如何全方位、多渠道、多层次、多角度、多形式宣传医院，树立医院形象，拓展市场份额、扩大医院知名度就成为二〇〇八年医院宣传工作的重点。具体信息与宣传工作计划如下：

### 一、统一思想

提高认识当今社会已进入一个高度发达的信息社会，信息与宣传已成为经济发展、社会进步、各行业工作创新发展的基础资源。随着医疗卫生体制改革的不断深入，医疗市场发育的日益成熟及完善，医院的信息和宣传工作不仅能扩大社会影响力，直接吸引病源、增加经济效益，更能积累医院无形资产，创造社会效益，对于塑造医院良好公共形象有着不可替代的作用，信息宣传工作已成为医院在市场竞争中的重要工作之一。

### 二、指导思想。

信息、宣传工作是今年我院宣传思想战线的一项重要任务。广泛开展形式多样的信息采集、宣传活动，以深入学习“三个代表”重要思想为指导，坚持与时俱进、求真务实、开拓创新、奋发进取。要紧紧与医院中心工作相结合，采取多种形式的信息宣传活动，才能实现医患之间的良好沟通，增进了解和理解，增强职工对医院发展的认同感和责任感，调动广大职工的工作积极性、主动性，进一步增强医务人员的大局意识、机遇意识，促进医疗、护理技术水平的提升，逐步推进医院的发展建设，确保医院各项工作的顺利进行。

### 三、工作目标

在医院党、政领导下，认真学习、宣传党的路线、方针、政策，大力宣传国家和上级有关医疗卫生工作的方针、政策、法律法规和医院各项规章制度，将我院的专科和医疗技术特色、服务态度、文化生活乃至医院发展建设中取得的新成就、新经验加以传播，采取多种形式宣传医院整体形象，建立我院多种媒体信息宣传工作网络，认真完成各项信息宣传工作，促进我院各项工作同步发展。

### 四、工作任务

### (一)、政治思想宣教。

根据医院党总支、行政工作在不同时期的要求和需要，充分利用宣传橱窗、电视等多种形式开展宣传教育活动，对党的路线、方针、政策进行宣传；大力宣传国家和地方有关医疗卫生工作的法律法规、方针、政策和医院各项规章制度、职业道德、行风建设等宣传，促使广大患者了解、认识国家医疗卫生方面的政策、规定等文件精神；让广大职工做到依法文明行医。

### (二)、利用活动宣传，协调公共关系。

认真完成上级下达的指令性任务（如三下乡）或配合社会上的“健康日”（如爱牙日、艾滋病日）等活动，每年至少两次进行下乡义诊、咨询、发放宣传资料、介绍我院情况，努力为基层单位提供一些会诊、技术指导服务等宣传，通过与广大群众的“零距离”交流，从而协调医院与社会各界的公共关系，来塑造医院的良好形象，吸引更多患者，提高我院的知名度。

### (三)、深入开展健康教育宣传。

充分利用各科室健康教育宣传板，做好宣传工作，今年除做好医院特色宣传外，强化健康教育题材的宣传，主要对各种传染病防治知识、各种常见病、多发病、急症的防治知识、各种检查、化验知识等饮食起居、日常生活中的医疗健康教育知识等进行宣传。让到我院就诊的广大患者提高防病治病意识，增强医疗保健知识。利用宣传栏、宣传橱窗介绍科室专业技术人员和专科特色、服务指南等；让每一位出入我院的病人认识、了解各科情况，让广大患者更加了解我院的管理理念、专科特色、新技术、新设备、专家等情况。

### (四)、完善医院内部局域网站，利用网站做好医院信息宣传工作。

在院方的大力支持下，进一步完善医院内部局域网站，从而充分利用内部局域网站，及时把医院的管理理念、专科特色、新技术、新设备、新动向、专家信息等情况向全院宣传，让全院职工在第一时间掌握医院医疗信息。

(五)、建立宣传网络，宣传医院整体形象1、采用互惠互利的办法与乡镇卫生院，村卫生所建立长期合作关系，尤其对影响较大的村卫生所重点进行攻关，每1-2月下乡一次。

2、做好电视宣传工作，充分发挥医院宣传在拓展医疗市场中的作用，根据医院不同时段各项工作的开展建设宣传工作需求，积极开展信息题材的采集、编文、制作并在\*\*电视台，广泛把医院的专科特色、开展的新技术项目，医疗服务、医疗设备、科研成果等向社会宣传，让社会从多方面了解医院、认识医院，从而树立医院以病人为中心，努力满足病人多层次多样化的医疗需求的整体形象，来扩大医院的社会效益和增长医院的经济效益。

### (六)、编制病人意见征询表，广泛征求患者意见。

根据医院情况，编制病人意见征询表（满意度调查表），每月一次向门诊病人，住院病人发放，进行满意度调查和意见征询，以掌握广大患者的需求，医院医疗质量、医疗环节、服务质量等存在的问题，及时分析，提出改进意见。

(七)、做好院内院外及时性信息的调查、收集、分析工作，积极为决策部门进言献策。

五、措施为确保计划的落实，科室要加强管理，做到分工明确，责任到人，做好科室月工作安排，严格按工作安排落实每一项工作，按医院及科室质量考核标准严格考核，工作业绩与效益工资和奖金挂钩，调动职工的主观能动性而积极投入工作。

## 篇2：医院宣传工作计划

在院长的正确领导下，20xx年\*\*医院宣传工作已基本完成二级医院评审标准的要求，同时将高举“专科特色”和“服务市场”两杆大旗，为扩大医院在河北省乃至全国的知名度和影响力，创造品牌效应，进一步加大宣传力度，为巩固和扩大市场提供必要的保障。

随着二级医院评审的结束，也给我院的宣传部提出了更高的要求，今后宣传工作的方向主要有两个：1、加大医院文化建设力度，特别是中医药文化建设力度。2、做好市场及医保宣传的前期工作。

### 一、20xx年\*\*医院宣传工作的指导思想

- 1、按照二级医院的标准，落实二级医院文化建设内容。
- 2、在整体宣传医院的基础上，着重针对名科的中医专科特色、名中医的专家效应的进行差异化宣传。
- 3、全力配合市场、医保工作进行宣传。

### 二、宣传工作要点

#### 1、按照二级医院的标准，加强我院文化建设

按照二级中西医结合医院标准进行我院文化建设特别是中医药文化建设，实现科普知识进病房，治疗理念进病区。

加强我院CI建设，统一理念识别（MI）、行为识别（BI）、视觉识别（VI）。对我院文化理念、员工行为等加大培训力度，逐步统一各标识、标牌版式。

- 2、整体宣传，突出“三名”，树医院品牌形象。
- 3、加强对我院国家、省市重点中医专科、骨干专科的宣传力度

以心血管科国家重点专科为龙头加大宣传。突出国家中医药管理局“十二五”重点建设专科心血管科以及血管血栓科、脾胃病科、妇科省市级重点中医专科，进一步加强宣传攻势，在原有宣传的基础上，争取上央视、全国知名报刊，扩大其影响力。

对脑病科、呼吸科、肾病科、骨科、外科、妇科等骨干科室找出亮点，在全院进行推介，给予宣传扶持，使其快速发展。

制作科普宣传材料，满足科室亮点宣传需要。

4、发挥省市级名老中医、西医专家的名人效应，大力宣传其技术优势。同时，对有发展潜力的中青年医师给予宣传扶持，帮助他们提高知名度。

5、大力开展各种形式的公益性活动，提高医院知名度

利用节假日不失时机地策划推出义诊和参加社会公益性活动，开展面对面的医患交流，提升医院影响力和医院的可信度。

6、充分发挥长城健康教育大课堂，与媒体合作大力开展大型公益活动，传播中医药文化，为广大中老年朋友提供权威健康知识的同时，推出老中医专家，培养中青年医师，提高其技术水平和服务水平，增加群众的亲和力。

## 二、宣传方式

### 1、院内宣传

加强内部宣传，使职工树立主人翁精神，竞争意识，强调市场就在院内，人人都是宣传员。在门诊大厅、功能科室、病房安装闭路电视系统，定时播放我院专家讲座、宣传片、专家介绍等内容，以强化病人对医院的认知。

充分利用我院优秀季刊，传播长城文化、特色医疗、专家谈病、科普知识，并不断改进期刊内容。凡入院患者人手一册，使科普知识入病房。健康通讯同时要面向社会，面向乡医，有意识增加对乡医的学术交流和对医院的认知。

搞好院内各宣传牌的统一。内容由科室提供，医院规范。

利用三八节、五一、春节等重要节日，制作针对性较强的专科报纸。

### 2、利用现有各媒体（丰富版面形式）

打品牌、树形象，扩大我院影响，宣传专科特色；

开设长城健康教育大课堂（专家谈病）栏目；

其它，如人才招聘、医院义诊等，随时策划一些活动。

- 3、选择有影响力或有固定目标人群的电视台、电台、报刊媒体
- 4、户外广告树形象
- 5、与外院进行交流

开展选择性与各省市医院邮寄我院杂志工作，扩大知名度。

### 篇3：医院宣传工作计划

随着市场经济的不断发展和医疗改革的深入推进，宣传医院医疗技术、打造团队文化，和谐医患关系，对医院的生存发展至关重要。市二院是公立综合性医院，特别是新大楼的投入使用，医院的硬件条件得到了较大改观，医院的宣传工作要紧紧抓住这一节点，围绕精湛的医疗技术、先进的诊疗设备、良好的就医环境和丰富的医院文化、强烈的社会责任等方面，利用报刊、网络、简报、信息等媒体，以讲座、义诊、文体活动等方式，开展立体式宣传，通过宣传达到塑造医院品牌，提升医院效益这两个主要目标。从这一思路考虑，结合本院实际和院领导要求，宣传科初步拟定下半年工作计划及实施方案，呈请领导审定。

#### 一、进一步加强医疗技术的宣传

(一)宣传内容：医疗质量和医技水平是医院的生命线，精湛的医疗技术是吸纳病患，提高品牌效益的根本。这个方面宣传的着力点应该是宣传重点科室和特色技术。初步考虑：

1、重点科室宣传。请院领导确定临床重点科室，由宣传科联系科室负责人，重点宣传医院临床科室精湛的医疗技术、优质的护理队伍、合理的收费标准、舒适的诊疗环境及强力的学科带头人，拍摄制作专题片或以文字加图片的形式宣传。

2、特色技术宣传。针对某个特色专业技术及开展的新项目进行宣传，将此技术的特点、功能、优势宣传出去。让广大人民群众对医院新技术新项目有所了解，以专题光碟或文字加图片的宣传方式。

#### (二)工作安排

1、加强与市宣传部门联系，在省、市报刊上刊登软文宣传重点医疗技术和主要医治人员。

2、加强院网宣传，同时加强与市卫生局相关科室人员联系，力争在市卫生局网站上同步宣传医院各项工作的新闻动态。

3、善于利用市电视台相关频道合作关系，以新闻采访、新闻报道及专题片形式在市级电视栏目中播放，加大宣传力度。

4、以市区为中心，在通往各县、乡交通车上进行车载广告，专题宣传各临床专业技术和医疗项目，以及上级医院专家讲课信息。

5、利用本院电子屏或闭路电视，安排固定时间，滚动播放各科室专题片，让每一个住院患者及陪属了解医院。

(三)宣传时间：自9月开始至12月底，集中时间宣传专业特色技术及新开展项目，形成舆论攻势，占领舆论主阵地。对同一宣传主题，要做好整体策划宣传效果。

## 二、进一步加强优质服务宣传

(一)宣传内容：“以病人为中心”，视病人为亲人，开展创建和谐医患关系，引导护理人员用真心、真情服务于患者，体现“爱心、细心、耐心”。通过宣传，对内激发职工工作积极性，对外塑造二院优质服务形象。

### (二)工作安排

1、加强与护理部联系，定期组织护理工作经验交流会、技术比赛等活动，为临床护理人员提供互相学习、共同进步的平台，加强科室间交流，加强服务技术交流，提升整体护理服务水平。

2、收集整理院内各个岗位的优秀职工、优秀事迹，利用院报和网站资源进行宣传，从正面引导医院每一位职工树立以二院为荣，以二院为家，为二院做贡献的荣誉感和积极性。

3、加强与院团委、院办的联系，有针对工会工作总结性组织活动。如：开展“三好一满意”活动、青年志愿者活动等。通过活动的开展，切实加强医德医风建设，弘扬良好风尚，凝聚人心、激励斗志，调动广大医务人员的主动性和积极性。

## 三、进一步加强医院优惠政策宣传

(一)宣传内容。重点宣传医保政策、新农合政策、一卡通实施等，通过政策宣传，使患者在就医过程中做到明明白白消费。结合临床路径实施办法，可组织医务科及推选病种科室先期做一些病种的推广。如：腹腔镜治疗胆结石、剖宫产、胆道镜治疗等，通过一些病例的成本核算，推出几个定价病种。

(二)工作安排：可以通过各新闻媒体以临床路径活动为主导宣传，把推选出的病种做个先期预热宣传，通过这个活动将医院的优惠政策宣传出去。后期，在入院病人中选择几个病人进行采访宣传，把此次活动的益处和合理性加强宣传。以连续不断推出病种，加快临床路径活动的实施。

## 四、进一步加强医院内涵建设宣传

(一)宣传内容：在打造医院品牌的过程中，医院注重体现社会责任，追求社会效益最优化，提高医院品牌的社会公信力。与此同时，加大医院文化建设方面的宣传力度，打造“责任二社会调查报告院”、“活力二院”形象。

## (二)工作安排

1、配合医务科，在9月份组织医疗队进行乡镇扶贫、医疗咨询活动。在10月份开展一次医疗服务、赠送药品活动，年度前开展一次关注群众健康的公益活动，关注社会弱势群体。每次活动结束后，宣传科负责将活动的内容进行整理，通过市级报纸、网络、电视、院报等新闻媒体平台进行。

2、加强与省级医院联系，邀请省级专家到医院带教授课或邀请省级专家与本院专家联合开展大型义诊活动，让百姓在当地接受省级专家的诊疗与咨询。宣传科负责将活动进行先期宣传营造氛围，后期报道整个活动过程。通过市级报纸会计工作总结网络、电视等新闻媒体平台进行宣传，扩大影响力。

3、针对新大楼开诊和老院区改造，完善医院导示系统建设，方便患者迅速有序就诊，提高工作效率。对医院老病区环境进行新的定位，从空间划分、合理布局，按照病人的需要和理想进行规划设计。尽可能的把病人的心理、社会需求全面地体现在医院的空间环境之中，在8月底形成比较完善、合理的导示系统报院领导审定后执行。

3、积极配合院办组织好各类文体活动。在年底前开展一次摄影比赛、球类比赛或棋牌比赛，年终配合组织好迎新联欢活动，在活动中可以邀请与医院业务关联性比较强的卫生、宣传、物价等部门人员参加，加强沟通，联系友谊、宣传二院丰富的文化生活，展现二院人的风采与活力。

以上方案经院领导审定后，宣传科将与相关科室联系，衔接具体工作内容和时间安排，形成工作计划表格执行。

## 篇4：医院宣传工作计划

医院要生存、要发展，必须“内强素质，外树形象”。宣传工作的重要作用在于，通过对内宣传教育，统一职工思想，转变服务观念，提高服务质量；对外应不断探索与完善顺应形势发展的宣传形式与宣传内容，紧密结合医院实际，有效地发挥宣传工作在扩大医院知名度、树立医院形象、拓展市场份额及完成经营目标中的作用。

### 一、确立适应我院自身的宣传模式

#### 1、结合我院实际，注重宣传的真实性。

以点带面。针对我院目前的状况，科室的人员的医疗水平参差不齐，宣传应改变求全与平衡的心态，倾斜于业绩突出的科室及人员，不对全体科室都做宣传，通过宣传一个

科室来带动整个医院.

二、加强医院文化建设，深化医德医风和职业道德教育。

1、增设医院文化宣传长廊

我院进门两侧新增宣传栏。附上医院举行相关活动情况、相关领导视察工作情况、医院时事情况等照片，另设两个宣传栏，为健康教育内容（世界无烟日、全国高血压日、世界精神卫生日、世界糖尿病日等宣传）。

2、特设中医药特色宣传栏，弘扬中医药文化。门诊部

增设内外科常见多发病宣传栏，预防接种增设儿童预防接种宣传栏。

3、将医院院训、服务理念、良好远景上墙让职工天天看，天天念，慢慢融入职工思想当中。

4、加强医疗技术宣传，对钻研业务、主动创造新技术等事迹做重点宣传.收集临床的医疗活动信息，及时宣传院内发生的好人好事及先进的典型事例，大力弘扬高超医术及典型医疗病例，培养职工向上有为的思想.建立健全有效的激励机制，调动医务人员投身工作的积极性。

5、采集经典病历广而告之。

6、协助相关科室开展相关的职工活动及竞赛，寓教于乐中，不失时机进行政治思想宣传。

7、充分发挥医院短信平台的作用通过从入院病人那里收集到的手机号，每到过年过节的时候，通过医院建立起来的短信平台，向他发去问候短信。

三、加强中医康复科、家庭医生式服务、全民健康体检的工作宣传

1、在每个村站放置康复科与家庭医生式服务工作的宣传展板与资料

2、在各村醒目位置挂相应的宣传横幅。（家庭医生式服务、全民健康体检）

3、利用电子大屏、宣传栏等开展中医药宣传。

4、每月下乡进行健康教育知识讲座，开展群众喜闻乐见的活动

5、充分利用电视台媒介，做好我院整体宣传工作。

6、利用与医疗卫生有关的节日到各村开展义诊活动并根据来诊的群众的实际情况发放各个科室相关名片。

- (1) “ 3.8 ” 妇女节，组织开展妇科科普知识宣传活动。
- (2) “ 4. 7 ” 世界卫生日，开展科普知识宣传活动。
- (3) “ 5. 12 ” 国际护士节，由护理部组织开展科普知识宣传活动。
- (4) “ 10. 8 ” 全国高血压日，开展 “ 高血压 ” 健康知识宣传活动。
- (5) “ 11.14 ” 世界糖尿病日，开展科糖尿病"健康知识宣传活动。

## 篇5：医院宣传工作计划

2007年，是我院拥有里程碑意义的一年：华中科技大学同济医学院附属孝感医院授牌成立，省级三优医院牌落户我院，医院管理年连续深入展开，医院文化建设彰显特点。面对新形势下的新挑战和新要求，在医院党委领导下，院宣传工作紧紧环绕医院中心工作，紧紧掌握宣传导向，着力推动思想理论建设和社会主义精神文明建设，在狠抓落实上下功夫，更好地服务于医院发展的全局，唱响主旋律、打好正面宣传的主动仗，扩大宣传工作的凝集力、吸引力和影响力，为医院各项工作顺利展开供给了强有力的思想保证、精神动力和舆论支持。

现将医院2007年宣传工作总结以下：

一、成立多种对外媒体工作网络，扩展宣传领域，提高医院整体形象，整年各媒体无医院负面报导。

### 1、电视媒体的宣传

与市电视台踊跃联系，宣传医院管理、精神文明建设、新业务、新技术、专家专科特点等，整年播出医院电视新闻51条。踊跃与省电视台互相交流，在省卫视、省新闻综合频道播出医院新闻11条，大大提高了我院在全省的有名度。踊跃应变、捕获热门，配合应急方案工作做好宣传。发生在今年2月2日的化学品泄漏中毒和3月24日特大车祸两起突发事件中，医院宣传科环绕医务人员和共产党员在抢救伤员中浮现出的典型事迹和优秀的精神风采进行宣传，第一时间反响快速，获得的一手影像素材先后在中央2台《第一时间》、中央新闻频道《360度》、中央1台《东方时空》等7个栏目播出。起到了激励士气、凝集人心、塑造新形象的重要作用。

### 2、报刊媒体宣传

(1) 连续在孝感晚报创立《孝感医讯》周刊，主要针对各科室专业特点、专业介绍、团队精神展开宣传，整年出刊50期，登载医院新闻通信及科普文章273篇。

(2) 与广播电视报合作，开设医院专栏，整年共出刊新闻及通信125篇。

(3) 利用孝感日报、晚报等宣传阵地，宣布新闻共82篇，在省报宣布文章11篇。联合各样重要活动策划宣传，创立了5.12护士节、三优医院挂牌、党建工作巡礼、创立四好班

子、纪委勤政建设工作纪实、医院管理年景果展、外科大楼确定等7个日报专版。

(4) 踊跃参加省卫生宣传好新闻作品的评比，有3篇获得二等奖。

(5)在孝感日报上创立了《名医访谈》栏目，访谈了我院的10名专家。

在医院三优挂牌、华科大隶属医院挂牌、外科大楼确定等庆典活动中，宣传工作更是表现“一种崭新思路、一个难得机遇、一次全面展现”的详细要求。第一时间让参会领导、专家经过专版报导和现场宣传气氛，认识到了医院最新动向，获得了好评，宣传科所以获得医院创三优活动创优奖。

(6) 圆满和推行《孝感健康网》

此刻已建站三年了，今年对网站进行了改版，网站的内容更为充实，同时利用各样媒体平台宣传医院网站，提高网站的接见量。今年共上传531条新闻，点击率X次,网站的正常运转为医院打造了一个信息交流的网络平台。

(7) 组织参加电台行风热线节目。

二、加大院内宣传力度，建设我院宣传操作平台

1、《孝感医讯》突出医院的文化特点

今年医讯开设了医院年景就展现、党风廉洁建设、护士日志等个专栏专版，并收到来自应城市人民医院、应城市中医院等协作成员单位的宣传稿201篇，医讯整年共出刊11期，登载文章195篇，图片140张，素来宣传了新期间医疗机构系统改革的目标、政策，流传健康知识，为交流医护患之间的信息，保障病友健康和生命安全，架起了一座友情的桥梁。在今年的省卫生宣传好新闻作品的评比中，我院院报《孝感医讯》以版面奇异，内容鲜活，可读性强荣获省医院院报好版面奖。

2、院内情墙、标牌设计，制作一致规范

为了给广大患者、员工创立一个整齐温馨，文化浓烈的外面环境，不停升华医院的文化内涵，今年我们在设计上依照整体规划，整体布局，一致色彩，人文设计，厉行节俭的原则，环绕创三优工作、医院管理年、病区健康教育、各样医疗学术报告、病人选医生等工作共制作设计各式标牌1233块、证书牌匾391个、宣传橱窗10期。为配合文化年建设，设计制作8M文化橱窗，内容涵盖医院文化建设、管理年工作、社区服务等三大版块。

3、展首创意性的策划工作

今年先后策划制作医院宣传画册、学会汇编书本等。制作各样报告幻灯片7个，获得了不错的宣传见效。

4、配合医院文化建设年工作主题，组织参加多样文化活动，如5.12广场初次护士节文艺晚会、安全夜交友晚会等。1月2日，我科参加成立了医院首支业余文工团，组织医院老中青员工吹拉弹唱，丰富了民众文化生活。1月7日，赴武汉与我省有名作曲家王原平联系，开始创作谱曲医院院歌。

5、应市委组织部的要求，在院党委的关怀支持下，我科向大悟县宣化店镇政府选送下派干部一名。该干部在下派工作期间充足利用自己优势，环绕镇政府党委中心工作进行宣传，在各媒体宣布新闻稿件16条;在《槐荫周刊》上登载镇旅行专版1版;联系市电视台专题部制播农业专题片1部;10月尾，由该同志牵头整理资料，辅助县网络技术人员成立的政府网站已基本成型;11月，为提高基层医疗单位专业技术，向我院选送卫生院B超深造医生1名。11月28日，邀请了市政协领导及卫生界医疗专家到镇里为丁桥村的农民免费送医送药。该同志的工作遇到了镇政府的好评。

2008年，医院宣传工作将连续环绕医院管理年建设，突出特点学科、依靠综合实力，进一步加鼎力度，仔细做好新形势下医院发展第宣传思想工作，加强医院竞争力和有名度，为医院实现新的跳跃做贡献。

## 篇6：医院宣传工作计划

### 一、对内宣传

- 1、宣传党和国家的路线、方针、政策，宣传上级组织和医院的决议、决定、规定。
- 2、学习和宣传医院重大决策和管理制度规定。
- 3、学习宣传政治理论和政策法规基本知识。
- 4、学习和宣传现代科技、文化和业务知识。
- 5、发现和推广先进典型。

### 二、对外宣传

- 1、宣传医院和科室的新医疗技术、服务特色、专科专病、名医、专家教授以及教学、科研、医疗成果。
- 2、宣传医院的性质宗旨、党建工作、制度建设、管理模式、文化建设以及群众社团活动等。
- 3、宣传医院的大型活动及社会公益行动。
- 4、宣传医院的诊疗信息，方便病人就医就诊和查阅咨询。

5、宣传推介医院先进典型。

三、在院长和主管领导的支持下，重点做好以下工作

1、继续落实好医院门诊病房楼、新建综合楼vi系统工作，策划好医院文化建设相关内容。

2、根据院领导要求，筹备新楼投入使用典礼相关活动。

3、完成医院网站改版工作，进一步发挥宣传作用。

4、与相关媒体保持联系，畅通医院宣传渠道。

5、完成领导临时交办的任务。

## 篇7：医院宣传工作计划

和协助各职能科室展开了形式多样的宣传活动，如卡  
ok演唱赛、文艺演出、上街咨询及临床各科室的学术活动、科研教课工作等。

我以为：宣传科的工作人员是团结的、工作踊跃主动、见效明显，两位做事常常加班加点、不计酬劳，在困难比许多的状况下，逐渐开拓了中心医院宣传工作新天地，我院的宣传工作和市里内各医院对比较，成绩是显然的。襄樊日报社、襄樊电视台和襄樊人民电台的领导对襄樊市中心医院宣传科的工作持一定态度，连续三年被评为先进单位，湖北省卫生系统政研会也将我院政研会评为先进单位。我作为宣传科长，也作了一些工作，主要的是：

一、环绕党委的以突出好“点子”。

我以为，就做好详尽工作和出好点子这两个问题来讲，出好点子是宣传科长的主要职责。所以，我把工作要点放在推断党委的工作企图上，常常部署写稿任务，对关系到医院全局工作的事，集中文字、电视、拍照和宣传栏等宣传手段，要点宣传。如内科楼被市政府定为“民心工程”，这是襄樊市中心医院的一件大事，也是一件大好事。我的眼睛一致盯在大楼上，先后在立项、完成主体工程、大楼完工及典礼等机遇，组织了一次比一次力度大的宣传活动，仅典礼的筹备，从四月份就开始了，组织力量编印襄樊市中心医院画册、先后在报纸、电视、电台发稿余篇，仅头版第一、二条就有\*篇，使襄樊市民都知道，中心医院要修内科楼，内科楼是市政府的“民心工程”，借此，杨中心医院的美誉。大楼启用此后，我就考虑，如何除掉误会，吸引病人，先后多次给医院领导建议大作“不抬价”的文章，并组织了电视报导，和XX同志合写了“星级病房楼爆满的启示”等深度报导，湖北日报和襄樊晚报都答应用稿。

医院宣传栏内容的制作和更换是个大难题，靠科室来完成这个任务不可以，由于，科室的医务人员都比较忙，何况非专业人员制作宣传栏质量差、成效也不好；靠宣传科自己的力量也不可以，由于全院\*\*余处宣传栏，仅靠宣传科一个美工忙但是来。为认识决这个难题，

我们采纳了各科室供稿，宣传科组稿、编排，在院外请专业人员协助制作的方法，既节约了经费，又提升了制作质量。

为了向患者宣传医院的新技术新业务，介绍专家和进行健康教育，我们编印了《导医手册》向住院患者发放，每年改版一次，印数一万余册，医院不仅不出一分钱，并且还提升了宣传成效。

二、摸准新闻单位的规律，疏导“门路”。社会主义市场经济系统的建立，使新闻单位的运转规律也发生了很大变化。对卫生宣传这一块，最突出的变化可以表此刻三个方面：一是变无偿宣传为合适的有偿宣传。目前多数的新闻单位吃不到“皇粮”，靠创收养活自己，但对卫生单位的宣传，他们还有别于企业，既想从卫生单位多收点费，又不敢大收特收；二是利用卫生单位也相互竞争这个现实，在报导力度上追求一种均衡；三是二级科室组稿发稿的权益不停加大。针对这些特色和变化，我作为宣传科长也在想方设法适应变化，为提升上稿率疏导门路。

第一，尽量利用新闻单位对卫生行业还“刮目相看”这个现实，少出钱多登稿子。如去年向电视台投稿\*\*篇，有的纯粹是介绍医疗器材属广告性质的稿子，我们都通过各种关系，变通办理为新闻发了稿。襄樊日报的编写们创收看法很强，他们采纳多种原由把本是新闻的稿子看作广告办理，我们则经过多种方法来变通，如去年我院实行许诺制的稿子，被作为新闻发了，而全市几乎全部单位近似的稿件都是作为广告发的。

第二，利用报社编写想搞活版面的心理，多登医院的稿子。我们和襄樊日报合办的《健身房》专栏，和襄樊电台合办的《寻医问药》专栏，既动员了医务人员加盟宣传工作，主动参加宣传工作，有些主新闻单位搞活了版面，提升了报纸的可读性。

第三，主动和负责宣传的有关部门搞好关系。如他们到医院看病，我们主动导医，来住院，我们主动去看望，在力所能及的范围内帮他们的忙，提他们做事等。经过这些方法，使宣传科和新闻单位的对口科室，甚至宣传科人员和新闻单位常常打交道的个人也增添了感情。头几日，市“形象办”到医院检查工作时，差点给医院亮了“黄牌”，我分别给两个电视台和报社的有关人员打了招呼，他们都表示：尽可能不出医院的图像，不点医院的名，并且，事后还给我们及时通知状况。

### 三、不忘医院宣传科的任务，把好“口子”

医院宣传科和报社的编写记者不一样，他只想医院党委和领导负责，对医院有益的九宣传，没有益的就不宣传，所以，那些事情可以宣传，那些事情不可以宣传，从什么角度选择报导“口子”