# 202\_年医院宣传科工作总结【三篇】

来源：网络 作者：风起云涌 更新时间：2024-01-02

*以下是小编整理的202\_年医院宣传科工作总结【三篇】，欢迎阅读与收藏。第一篇: 202\_年医院宣传科工作总结　　>一、电视、电台、报刊等各种媒体宣传　　1、为使广大群众及时了解医院动态，掌握最新医疗资讯，我院与武安电视台合作，相继为每个临床...*

以下是小编整理的202\_年医院宣传科工作总结【三篇】，欢迎阅读与收藏。[\_TAG\_h2]第一篇: 202\_年医院宣传科工作总结

　　>一、电视、电台、报刊等各种媒体宣传

　　1、为使广大群众及时了解医院动态，掌握最新医疗资讯，我院与武安电视台合作，相继为每个临床科室录制了宣传专题片，目前只有综合病区还没有拍摄，其他科室已录制完毕，并先后在武安电视台和新世纪电视频幕上黄金时间段滚动播出，受到社会大众的认可和一致好评。

　　2、武安广播电台AM93.4旅游音乐频道是我市及邯郸地区收听率最高的电台频道，为借助这个广阔平台做大力宣传，我院继续与93.4旅游音乐频道合作，电台的整点报时由我院冠名播报，在整点报时后，同时向听众宣传医院惠民举措，让更多群众在第一时间得到医院各项动态。

　　3、院领导非常重视《新武安》报和院报的出版与发行工作，为把报刊办好，提升一个较高的档次，扩大发行范围，突出医院文化特色，院领导组织安排专人积极向相关单位学习取经，并多次征求、采纳院内和武安报社相关专业人士意见及建议，以稿件内容严格筛查把关为总要求，不断提升报纸整体质量为目标，继续在武安报社创办武安市中医院专版，每月两期，全年共24期。同时继续与我市“健康保健协会”合办《武安中医苑》院报，每月一期，印刷量为4000份，发放范围为院内职工、患者、市直各单位、各乡镇卫生院、村卫生室和中兴路沿街门市等，向更多读者宣传医院、传递健康。

　　>二、网络宣传

　　为使医院宣传工作全方位、多渠道进行，在做好医院某号的基础上，于7月份正式对外开放了自己的网站，利用网络平台把我院良好形象展现给更多人群。具体工作由院办室负责，主要包括内容整理、上传、更新等。目前，网站每星期最少更新4次，微信每星期最少更新1次，主要包括医院的最新医疗动态、医护面貌、医院建设、科普知识等等。据统计，我院某号粉丝量现已达10488人，网站日浏览量达400余次。11月份开通了新浪微博，目前正在维护中。

　　>三、下基层宣传工作

　　为加强中医文化的宣传普及，大力宣传我院中医文化建设、诊疗技术、诊疗环境等，使我院各科室医生走进乡村，零距离、面对面接触患者，让更多群众了解中医院、走进中医院。在“中医文化进乡村”的基础下，今年5月份以来，又开展了“中医文化进社区”为主题的大型义诊活动，在我市社区、街道为广大市民免费体检。截止目前，共组织42人次，活动共接待就诊咨询群众600余人次，免费检查260余人次，发放中医健康教育宣传资料12种，共计5000余份。

　　>四、印刷宣传资料

　　一年来，我院就医环境和各科室的诊疗技术、医疗设备有了飞跃式的变化，就诊病人日益增多，社会知名度不断提高，医院收入持续增长，为感谢新老患者对医院的支持和对医院各项工作的认可，院领导决定，印制挂历10000份，发放对象为医院门诊和住院患者、健康保健协会会员、22个乡镇卫生院及本院职工。

　　>五、其他方面

　　在做好网络、报刊、媒体等宣传的同时，医院与城乡公交车合作，在每辆车上粘贴医院宣传广告，共计达190余条，另一方面充分调动本院职工的宣传积极性，努力使每个职工都成为宣传员，利用本院职工的私家车，粘贴医院宣传广告，共计100辆。同时，在邯武快速路口投放一个150平米的高炮广告牌，使医院社会效益日益增长，知名度不断扩大。

　　>六、宣传工作计划

　　宣传工作是在忙忙碌碌中度过，今后，在16年工作的基础上，不断开拓新的宣传领域，完善院内的宣传平台，做好宣传队伍的建设，提高宣传意识。医院宣传部门要和各科室信息宣传员要默契配合，精诚团结，使我院在社会的影响力再上一个新的高度。

　　（一）打造一批知名中医

　　中医药是我国几千年流传下来的文化瑰宝，被誉为“中国古代第五大发明”，一直是我们保健养生、防病治病的重要方法。近年来，随着生活水平的不断提高，人们对健康的要求越来越高，逐渐从生病就医转向未病先防，对养生保健的重视度不断增强。因此，传统的理疗已成为当下社会的“热门”产业。我院应与时俱进，在创新的同时，充分运用自身的中医优势，把针灸、推拿、理疗、中医儿科、中医妇科、中医内科等中医药特色疗法进行大力推广和宣传，扩大社会知名度，吸引更多的患者走进中医、了解中医，使中医事业在我市更加发展壮大。

　　（二）打造特色品牌科室

　　始终坚持继承与创新，使中医特色优势与现代科技相结合，打造特色品牌科室，提高医院核心竞争力。重点宣传中医特色浓厚、综合竞争力较强的科室，如：康复科、综合病区、肿瘤科、骨伤科等，力争把特色品牌科室迅速推广，使其在短时间内成为武安地区同专业中的“领军者”。

　　（三）充分展现公立医院的公益性

　　作为一所公立医院，要始终承担和传承社会责任，更要义务发展中医事业，向社会大力彰显医院的公益性，如：定期义诊、药品零差价、免费两癌筛查、为患者提供24小时免费接诊服务、对贫困患者减免费用等等。通过各种平台，更深入的对外宣传医院公益事业，让广大群众进一步认识和了解公立医院的公益性。

**第二篇: 202\_年医院宣传科工作总结**

　　>一、建立多种对外媒体工作网络，扩展宣传领域，提升医院整体形象

　　1、电视媒体的宣传

　　(1)与电视台合办《健康之友》栏目。栏目的宗旨是向广大观众传递健康，使观众认识健康，了解健康，拥有健康。此栏目不仅推出我院各专业的医疗专家，还宣传了护理质量、检测设备、医疗环境、对农村医疗扶持等工作，达到了医院综合实力的整体宣传目的。此栏目已播出35期，今年制作了16期，栏目内容覆盖了内、外、妇、儿等科室的各个专业，在拍摄周期短，专业性强，制作人员少等困难，多次到病房采访、到患者家中进行随访，同时将栏目的拍摄范围延伸到周边的乡镇卫生院使栏目的收视率不断提高，受到社会的一致好评。

　　(2)在孝感电视台《孝感新闻》栏目中开办《孝感医讯》子栏目，此栏目主要介绍我院的新业务、新技术、行政管理，医德医风方面的电视新闻报道，目前已播出84期，今年已发电视新闻72条。《孝感新闻》作为孝感电视台的品牌栏目是市委市政府和广大人民群众非常关注的一个栏目，其收视率极高，这样大数量在《孝感新闻》中播出我院新闻，使医院取得了良好的社会效益和经济效益。

　　(3)积极与省电视台《新闻时空》、《科教时讯》新闻栏目联系，通过相互交流，在省台播出医院新闻30条，大大提高我院在全省的知名度。“7。22重大中毒事件医疗抢救”的电视新闻在中央台播出。

　　2、报刊媒体宣传

　　(1)在《孝感日报》科教版开办《名院名医》专栏，每期用xx字的通迅文稿，采用图文并茂、四分之一版位的宣传形式，主要介绍各科室医疗专家，目前已刊登10期。

　　(2)在孝感晚报开办《健康指南》专栏，主要针对医院门诊工作介绍、专科特色、便民措施、999急救，以提升门诊就诊人次，全年出刊24期。

　　(3)与《孝感广播电视报》联合运作，在《孝感广播电视报》开展《健康之友》栏目介绍，在节目播出前将节目内容、本期座客专家介绍给广大市民朋友，大大提高电视栏目收视率，成为群众了解健康知识的品牌栏目。

　　(4)利用孝感日报、晚报等宣传阵地，发表文章、图片新闻共121篇，在省报发表文章7篇，1条新闻在《健康报》上发表。

　　(5)积极参加省卫生宣传好新闻作品的评选。其中在3篇作品分别荣获省卫生好新闻一、二等奖。

　　3、完善和推广《孝感健康网》

　　从接手制作网站开始，现在已建站一周年了，网站的内容得到不断的充实，同时利用各种媒体平台宣传医院网站，提升网站的访问量，召开《健康网》建设扩大会，据统计，网站排名是跳跃式地前进，特别是健康论坛人气很旺，有很多建议、问题得到院领导肯定和认可，1年来上传490条新闻，论坛发贴16748条，注册成员732人次，点击率126125次，网站的正常运行为医院打造了一个信息交流的网络平台，成为院领导与全院职工沟通的窗口。

　　4、组织参与电台行风热线和爱心救助节目

　　>二、加大院内宣传力度，建设我院宣传操作平台

　　1、《孝感医讯》突出医院的文化特色

　　《孝感医讯》自今年改为医疗协作集团报后，为了把《孝感医讯》办好，提升一个较高的档次，突出医院文化特色，今年医讯的编辑人员动了脑筋，想了很多办法，并围绕中心工作开设党员先进性、聚焦医院管理年、医生论坛、天使风采、门诊前哨等专栏，并收到来自市康复医院、应城市人民医院、应城市中医院、汉川、广水、安陆、云梦等协作成员单位的宣传稿50余篇，医讯全年共出刊11期，刊登文章379余篇，图片58幅，始终宣传了新时期医疗机构体制改革的方针、政策，传播健康知识，为沟通医护患之间的信息，保障病友健康和生命安全，架起了一座友谊的桥梁。

　　2、院内幕墙、标牌设计，制作统一规范

　　为了给广大患者、职工营造一个整洁温馨，文化浓郁的外部环境，不断升华医院的文化内涵，今年我们在设计上遵循整体规划，总体布局，统一色调，人文设计，厉行节约的原则，围绕创建卫生城市、党员先进性、医院管理年、传染病院、病区健康教育、各类医疗学术报告、病人选医生等工作共制作设计各式标牌1300余块。

　　3、开展创意性的策划工作

　　今年先后策划了党员先进性教育、医院参入7.22特大集体中毒事件抢救工作、无假日门诊、亚健康体检工作、糖尿病日宣教等宣传工作，并独立制作专题片、科教片、幻灯片六部，取得了不错的宣传效果。

　　4、完成各类对外宣传的组稿工作

　　有医院党员先进性教育系列报道十六期、全市优秀共产党员穆桂荣先进事迹报告材料、孝感年鉴等组稿工作。

　　5、组织参加各种文化活动，如全市迎五一革命歌曲大合唱、迎七一文艺晚会等

　　xx年的宣传工作是在忙忙碌碌中度过，展望明年，我想只有不断开拓新的宣传领域，完善院内的宣传平台，搞好宣传队伍的建设，提高宣传意识，才能使明年宣传工作更上一个新的台阶。

**第三篇: 202\_年医院宣传科工作总结**

　　>一、20xx年上半年工作总结

　　（一）疫情期间的宣传工作

　　20xx年上半年，医院宣传工作得到了院领导的高度重视，在全院各科室和全体通讯员的共同配合下，宣传工作紧紧围绕新冠肺炎疫情防控、仁济红色五月医院庆系列活动和医院等级复审三大主题及年初制定的宣传计划展开，完成了各项宣传任务。

　　面对重大疫情，医院宣传口短时间内迅速反应，抓住时机，积极投入抗“疫”新闻推送、正能量弘扬、健康宣教等工作中。通过微信公众服务号和订阅号两号并行，累计推送《青海仁济医院战疫情系列报道》相关消息30余条，总点击量达到4万人次。内容涉及医院防控工作纪实、先进典型、感人事迹、防控知识宣讲等，切实做到科学、有效、及时宣传。充分发挥医院《仁济健康》月刊的宣传功能，编辑部及时整理编印《仁济健康--战疫情》增刊，分别送至省市卫健委、省市妇联、省人大、青海新闻出版局、市医疗保障局、市工商联等单位，扩大宣传影响。在院领导的大力支持下，疫情期间宣传工作取得了青海省广播电视台、西宁市广播电视台、《青海日报》《西宁晚报》等各类媒社会新闻媒体的支持，形成了强大宣传合力。《中国妇女》《青海妇女》和省人大教科文卫体委员会等以“战疫风采--抗疫路上的三八红旗手”为题，报道了我院领导和职工的战“疫”事迹。社会媒体共报道我院战疫新闻13次。此外，宣传还通过制作视频、海报等形式，全方位展示医院及抗“疫”医务工作者的形象。

　　（二）后疫情时期的宣传工作

　　五月初，医院红色五月系列活动拉开序幕，宣传口积极参与，担任系列活动背景海报设计、活动摄影、稿件撰写、参与活动方案策划等工作。此外，伴随着医院工作重心向等级医院评审工作的转移，宣传口审时度势，积极梳理该项工作的内部宣传方案。疫情期间的宣传工作也给宣传口工作带来了新的发展思路。上半年，宣传口积极探索，申请开通了医院抖音号、快手号、今日头条号等新型自媒体平台账号，制定了抖音运营试行版方案，组建了抖音运营工作小组。

　　（三）完成的其他工作

　　1、院内各科室各类宣传材料的设计印制工作；

　　2、青海仁济医院微信公众服务号的年审认证；

　　3、联系协调原定于20xx年春节期间播出的医院公交车广告的补播事宜，5月1日至5月31期间目前，我院15秒广告片在市内各条公交线路的车载视频上定时播出。

　　4、医院之前的湟源高速和西塔高速出口处的两块户外广告牌停止合作及后续付款的跟进事宜。

　　5、院内广告语征集活动。

　　6、满意度调查、行政人事考核等的部分协助工作；

　　>二、20xx年下半年工作计划

　　（一）市场营销

　　医院整体营销推广，加大医院正面宣传工作。根据院领导的总体布局，适当进行户外广告投入，如地面广告，投入主要是在州县，藏区宣传尤为重要。抓住新闻热点传播，抓特例典型患者宣传。积极参与各种社会性公益活动，我院也可以举办一些有影响力的大型公益活动，充分展示医院的正面形象、社会责任感、医疗品质、企业文化等，树立医院良好的大众印象与口碑，提高医院的公信度、美誉度，打造医院的诚信品牌，以创造社会效益来达到营销目的。

　　互联网+的引入，创新才是营销新的出路。随着医院信息化改革的进程，我院可着力打造一个省级医疗平台，让各州县医生参与进来，让地方医生在平台上转诊有需求的患者，患者也可从平台预约挂号可直接来我院就诊，同时可以让省内乃至全国大医院的专家通过平台预约挂号和会诊。积极发挥抖音、快手等新型自媒体平台优势，努力探索适合医院的宣传营销模式。

　　（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）宣传医院先进典型。

　　（三）其他工作

　　1、与相关媒体保持联系，保证医院对外宣传渠道畅通。

　　2、医院整体宣传片的拍摄工作；

　　3、完成领导临时交办的工作任务。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！