

財團法人原住民族文化事業基金會109年第四季辦理政策宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託(標案)廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
財團法人原住民族文化事業基金會	原文會公共形象製作	網路、平面	109/12/01-110/02/28	文化行銷部	109年度預算	文化行銷業務	525,000	生洋網路股份有限公司	為行銷本會品牌及形象，提升大眾對原文基金會之認識，連帶引起原住民族文化之重視與關注	年代新聞、卓越新聞、商業周刊、非池中藝術網、華視新聞、新新聞、自由時報、蘋果日報、聯合報、中國時報、工商時報、經濟日報	
財團法人原住民族文化事業基金會	Pulima藝術節Mtukuy播種者策展計畫	網路	11/23-12/6	文化行銷部	109年度預算	文化行銷業務	8,000	Facebook	透過社群媒體貼文導入，做整合性的宣傳串聯，擴大點閱率	Facebook	
財團法人原住民族文化事業基金會	Pulima藝術獎表演創作徵件競賽	網路	11/30-12/6	文化行銷部	109年度預算	文化行銷業務	10,000	Facebook	吸引年輕受眾對競賽之關注，增加參賽新興人數	Facebook	
財團法人原住民族文化事業基金會	2020Pulima藝術節	平面	11/1-11/30	文化行銷部	109年度預算	文化行銷業務	27,000	藝術家雜誌社	形塑PULIMA藝術節形象，強化藝術場域之知名度	藝術家雜誌社	
財團法人原住民族文化事業基金會	2020Pulima藝術節策展計畫—《lamal jeng它們看上去不夠老》	網路	10/21-10/25	文化行銷部	109年度預算	文化行銷業務	8,000	Facebook	透過社群媒體貼文導入，做整合性的宣傳串聯，擴大點閱率	Facebook	

財團法人原住民族文化事業基金會109年第四季辦理政策宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託(標案)廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
財團法人原住民族文化事業基金會	2020Pulima藝術獎—《表演創作徵件競賽》	網路	10/26-11/16	文化行銷部	109年度預算	文化行銷業務	10,000	Facebook	吸引年輕受眾對競賽之關注，增加參賽新興人數	Facebook	
財團法人原住民族文化事業基金會	2020Pulima藝術節策展計畫—《真正人系列—蹲站坐臥》	網路	10/27-11-1	文化行銷部	109年度預算	文化行銷業務	8,000	Facebook	透過社群媒體貼文導入，做整合性的宣傳串聯，擴大點閱率	Facebook	
財團法人原住民族文化事業基金會	2020 Pulima藝術節策展系列報導	網路	10/3、11/11、11/17、11/29	文化行銷部	109年度預算	文化行銷業務	62,000	非池中藝術網	形塑PULIMA藝術節形象，強化藝術場域之知名度	非池中藝術網	
財團法人原住民族文化事業基金會	《ila部落住一晚》Instagram之網紅(KOL、KOC)行銷廣告投放	網路	8/15-10/7	文化行銷部	109年度預算	文化行銷業務	28,350	Instagram	設計原創內容，並以社群網路作整合性宣傳，觸及節目潛在受眾	Instagram	

填表說明：

1. 本表係依預算法第62條之1規範，凡動支政府預算辦理之政策宣導為填表範圍。
2. 宣導期程部分，請依委託製播宣導之涵蓋期程，並針對季內刊登(播出)時間或次數填列，如109.10.1-109.12.31(涵蓋期程)；109.10.1、109.12.1(播出時間)或2次(刊登次數)。
3. 執行單位係指各機關或國營事業之內部業務承辦單位。
4. 預算來源填總預算、○特別預算、國營事業或非營業特種基金預算。
5. 預算科目部分，總預算、特別預算及政事型特種基金填至業務(工作)計畫；業權型基金填至損益表(收支餘絀表)3級科目(XX成本或XX費用)。
6. 機關如有公益或廠商回饋免費廣告等補充說明，請列入備註欄表達。