

## 論文摘要

本文先藉由分析非營利組織相關文獻，以了解為何非營利組織需與媒體保持良好互動。其次，討論崔媽媽基金會興起與發展過程，說明選擇此個案為研究對象之原因。再經由整理崔媽媽基金會相關文獻，與深入訪談基金會執行長與公關主任，探討崔媽媽基金會媒體行銷的過程。

結論發現，非營利組織之媒體行銷策略大致可分為，有形與無形兩大類，有形策略為新聞稿、舉辦活動、公益活動以及順風車效應；無形策略為公關手腕和強調專業。



## 關鍵詞

非營利組織、媒體行銷、公關