

教育部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國114年第2季

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
教育部主管小計(其中114年度公務預算5,312萬1,000元)								30,881,267		以113年度公務預算支應：本季執行3萬9,864元，累計已執行152萬3,124元 以114年度公務預算支應：本季執行1,292萬7,226元，累計已執行1,520萬4,399元		
教育部小計(114年度公務預算2,833萬6,000元)								4,616,184		以113年度公務預算支應：本季執行3萬9,864元，累計已執行106萬6,869元 以114年度公務預算支應：本季執行457萬6,320元，累計已執行582萬3,222元		
1. 教育部	廣告一（摘錄）： 值得你期待的設計公費留學品牌 廣告二（摘錄）： #菁培口袋故事 Podcast S4 EP1 登場！ Podcast S4 EP2 上線！ Podcast S4 EP2 上架！ Podcast S4 EP3 上架啦！ Podcast S4 EP4 上線！ Podcast S4 EP5 上線！ Podcast S4 EP6 上線！ 廣告三（摘錄）： 倒數計時！設計學生別錯過！	以行政協助委託國立雲林科技大學辦理「教育部114年度藝術與設計菁英海外培訓計畫」	網路	114.4.17-114.5.28	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	39,864	國立雲林科技大學	將新年度簡章發佈、Podcast節目訊息推送至學生族群間，引起報名興趣。	Facebook、Instagram	以113年度預算支應
				114.5.28-114.6.27				28,583				
2. 教育部	ColleGo!網站	補助臺北醫學大學執行「大學選才與高中育才輔助系統」第三期程計畫	網路	114.4.9-115.4.8	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	4,360	臺北醫學大學	支付年租用圖庫製作視覺素材，並運用於社群分享平臺，以吸引大眾關注ColleGo!網站，達到生涯推廣宣導效益。	YouTube、Instagram	
				114.4.1-114.4.30				4,000		拍攝大學教授相關訪談影音（2支醫藥衛生學群及管理學群），協助高中學生理解大學不同學群選才及面試要點，鼓勵高中學生積極理解大學特色。	YouTube、Instagram	
3. 教育部	高教創新-人物專訪	以政府採購法委託天下雜誌股份有限公司辦理高教創新之編印出刊及網路宣傳採購案	網路	114.4.1-114.4.30	高等教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	100,000	天下雜誌股份有限公司	「高教創新」為國內高教政策溝通與大學實務的交流平臺。透過建立高教創新YouTube頻道方式可增加曝光度，讓更多民眾瞭解高等教育領域動態資訊。	高教創新YouTube頻道	

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
4. 教育部	114學年度五專優先免試入學招生宣導-新聞版下（新北市）	補助技專校院招生委員會聯合會辦理114學年度五專優先免試入學暨北區五專聯合免試入學招生廣告文宣	平面	114.4.23	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	36,000	技專校院招生委員會聯合會（偉睿企業有限公司）	使學生及家長更瞭解五專。	聯合報	
	114學年度五專優先免試入學招生宣導-新聞版下（竹苗區）			114.4.23				35,400				
	114學年度五專優先免試入學招生宣導-新聞版下（臺中區）			114.4.23				14,800				
	114學年度五專優先免試入學招生宣導-新聞版下（臺南區）			114.4.23				12,800				
5. 教育部	邀請高中職校、創投、天使基金及社會大眾參觀2025年學生實務專題製作競賽暨成果展	以行政助手委託朝陽科技大學辦理「2025年全國技專校院學生實務專題製作競賽」	廣播	114.4.14-114.5.9	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	30,000	朝陽科技大學	透過廣播電台展示全國技專校院學子專題競賽之優秀成果，並廣為宣傳鼓勵各校師生及社會大眾共同支持學生創意研發作品，同時藉由廣播增加活動曝光度，吸引更多家長學生及廠商，共同支持技職發展。	好事聯播網（好事903電台）	
6. 教育部	廣播節目「老師好」	部分補助社團法人中華民國全國教師會辦理與國立教育廣播電臺合作節目「老師好」實施計畫	廣播	114.1.1-114.12.31（涵蓋期程）114年第2季計13次（廣播次數）	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育及藝術教育行政及督導	180,000	社團法人中華民國全國教師會	增強優秀現場教學經驗分享，豐富教師職涯，並促進社會對教育之瞭解與參與等。	國立教育廣播電臺	
7. 教育部	515國際家庭日系列活動	以政府採購法委託星澤影視傳播有限公司辦理教育部「515國際家庭日記者會及行銷宣導」採購案	網路	114.4.1-114.5.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	210,000	星澤影視傳播有限公司	透過多元媒宣管道推廣「515國際家庭日」與「家庭教育」，呼籲民眾重視「親子共學」及「代間互動」等議題。	Facebook社群平台（內容含網路投件、貼文推廣等）	
8. 教育部	廣播節目「超級公民GO」	以行政指示方式委請國立教育廣播電臺辦理114年法治教育廣播節目「超級公民GO」計畫	廣播	114.1.1-114.12.31	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	107,751	國立教育廣播電臺	透過教育電臺提供優質節目內容，加強學生、家長及教師了解具重要性及影響性之法治教育資訊，提供正確並實用的法治教育內容。以涵養國民法治教育素養及宏觀視野，促進國民增加法律知識及法律素養。	國立教育廣播電臺	
9. 教育部	廣播節目「性別平等Easy Go」	以行政指示方式委請國立教育廣播電臺辦理廣播節目「性別平等 Easy Go」	廣播	114.1.1-114.12.31	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	78,750	國立教育廣播電臺	透過節目（直播與廣播），引發收聽師生與家長對於性別平等教育議題的關注，培養其性別敏感度，進而產生性別意識，有助於性別教學與相關業務推動，並期能成為收聽聽眾接觸性別平等教育議題之平臺與資源。	國立教育廣播電臺	

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
10. 教育部	廣播節目「特別的愛」	以行政指示方式委請國立教育廣播電臺辦理114年特殊教育廣播節目「特別的愛」計畫	廣播	114.1.1-114.12.31	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	164,001	國立教育廣播電臺	透過教育電臺提供優質節目內容，建立社會大眾對特殊教育的正確概念。提供偏鄉或離島地區的教師、家長更多元特殊教育資源。讓社會大眾更能理解及接納身心障礙學生。	國立教育廣播電臺	
11. 教育部	生命教育廣播節目	以行政指示方式委請國立教育廣播電臺辦理生命教育廣播節目	廣播	114.1.1-114.12.31	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	186,750	國立教育廣播電臺	結合大眾傳播媒體資源推動生命教育。	國立教育廣播電臺	
12. 教育部	2025年LMIT社群增粉案－臺灣生活文化專題單字/句型、磨課師課程推廣	部分補助財團法人高等教育國際合作基金會114年度工作計畫	網路	114.4.1-114.4.30	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	30,000	財團法人高等教育國際合作基金會（潮網科技股份有限公司）	推廣臺灣華語形象、吸引國際學生學華語到臺灣及送華語到世界、教材、師培，偕同外部數位行銷公司共同進行LMIT社群媒體平臺經營，包含：內容企劃、素材產製、線上諮詢服務等相關事宜，以期提升LMIT社群互動及能見度。	Facebook、Instagram	
	2025年LMIT社群增粉案－臺灣生活文化專題單字/句型、磨課師課程推廣			114.5.1-114.5.31				35,000			Facebook、Instagram	
	2025年LMIT社群增粉案－臺灣生活文化專題單字/句型、節慶活動、課程推廣等			114.6.1-114.6.30				35,000			Facebook、Instagram	
13. 教育部	推廣影片學華語到臺灣 Learn Mandarin in Taiwan 年度形象片海外宣傳/社群廣告	部分補助財團法人高等教育國際合作基金會114年度工作計畫	網路	114.4.1-114.6.30	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	30,000	財團法人高等教育國際合作基金會（台北數位廣告股份有限公司）	推廣臺灣華語形象、吸引國際學生學華語到臺灣及送華語到世界、教材、師培，偕同外部數位行銷公司共同進行LMIT社群媒體平臺經營，包含：內容企劃、素材產製、線上諮詢服務等相關事宜，以期提升LMIT社群互動及能見度。	Google、YouTube	
14. 教育部	臺灣獎學金及華語文獎學金	以政府採購法委託銘傳大學辦理「113學年臺灣獎學金及華語文獎學金計畫辦公室」採購案	網路	114.4.28-114.5.12	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	21,630	銘傳大學（經緯廣告科技）	透過Facebook粉絲專頁曝光此計畫優秀畢結業生心得分享及圖文大賽得獎作品，以吸引更多學生了解臺灣獎學金及華語文獎學金。	Facebook粉絲專頁	
				114.5.7-114.5.23				80,000		透過網路新聞宣傳臺華獎計畫優秀學生在臺心得分享，藉以吸引更多學生來台研習華語及攻讀學位。	經濟日報、工商時報、Yahoo、LINE、理財周刊、Yam、PChome、台灣電報、yes新聞、奧丁丁OwlNews、民生電子報、商傳媒	
15. 教育部	Study in Taiwan數位媒體行銷及影音廣告投放	部分補助財團法人高等教育國際合作基金會Study in Taiwan 社群媒體經營與行銷 / 留學臺灣社群經營案	網路	114.4.1-114.6.30	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	316,665	財團法人高等教育國際合作基金會（潮網科技股份有限公司）	為提昇「Study in Taiwan」品牌知名度，將持續經營含YouTube、Instagram、Facebook、LinkedIn、Threads及X等社群媒體，偕同外部數位行銷公司共同進行社群平台內容產製及活動規劃等相關事宜，除提升社群平台能見度，亦可藉多量自製內容提升SIT網站自然搜尋排名。	Instagram、Facebook、LinkedIn、Threads、X	

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
16. 教育部	2025臺灣國際學生創意設計大賽徵件廣告	以行政協助委託國立臺灣科技大學辦理114年「教育部臺灣國際學生創意設計大賽(TISDC)」委託案	網路	114.4.24-114.7.7	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	6,168	國立臺灣科技大學 (designboom)	Designboom 是國際網路雜誌，內容涵蓋工業設計、建築與藝術領域。透過在其官方網站投放廣告（如banner與競賽介紹頁面），可有效提升品牌於國際設計圈的曝光度，精準觸及專業受眾，強化活動參與與媒體關注。	designboom官方網站（包含banner、競賽介紹頁面）	
			網路	114.5.1-114.7.7				1,304	國立臺灣科技大學 (CORDY)	CORDY是專注於創意與設計產業的新加坡媒體與廣告平臺。透過發布其競賽介紹頁面與EDM發送服務，可有效觸及新加坡及東南亞設計族群，提升品牌在區域市場的曝光度，強化活動參與與國際擴散效益。	EDM	
			網路	114.5.12-114.7.7				5,000	國立臺灣科技大學 (橙良有限公司)	透過在Facebook與Instagram上發布社群企劃貼文並搭配廣告投放，可提升貼文觸及率與互動成效，強化品牌與活動在社群平臺上的曝光度，吸引目標受眾關注並提高參與意願。	Facebook、Instagram	
			網路	114.5.13-114.7.7				3,088	國立臺灣科技大學 (國際競賽投稿平台 FilmFreeway)	FilmFreeway是全球知名的影展與競賽投稿平臺，擁有大量創意工作者用戶。透過在其平臺發布競賽資訊，可精準觸及影像與創意領域人才，提升競賽能見度並擴大國際參與度。	FilmFreeway官方網站（包含banner、競賽介紹頁面）	
			網路	114.5.14-114.6.15				100,000	國立臺灣科技大學 (啟點行銷有限公司)	透過Google Display Network回應式廣告，鎖定馬來西亞、墨西哥與印度等目標市場，預計可達成至少850萬次曝光，大幅提升品牌於新興市場的能見度，擴大活動影響力並吸引更多國際參與者。	GDN廣告	
			網路	114.6.2-114.7.4				100,000	國立臺灣科技大學 (國際廣告商Taboola)	透過國際廣告平臺Taboola投放原生廣告 (Native AD)，可將內容自然嵌入全球各大媒體網站，吸引潛在受眾，提高品牌曝光與點擊率，並有效提升國際能見度與轉換成效。	原生廣告 (Native AD)	
			網路	114.6.2-114.6.20				54,440	國立臺灣科技大學 (國際建築社群平台 Archdaily)	在國際建築社群平臺Archdaily投放官方網站Banner，可精準觸及全球建築設計專業族群，提升活動或品牌於國際建築圈的曝光度與專業形象，有助吸引優質參與者並擴大國際影響力。	ArchDaily官方網站（包含banner、競賽頁面）	
			平面	114.6.5-114.8.5				40,000	國立臺灣科技大學 (印聯文化事業有限公司)	透過《設計印象》平面雜誌刊登廣告，可深入接觸台灣設計產業核心讀者，強化品牌在專業設計圈的認知與信任，提升活動曝光度並吸引高品質設計人才參與，擴大在地影響力與口碑傳播。	設計印象雜誌	

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
17. 教育部	技職大玩JOB LINE推廣宣傳	以行政指示國立高雄科技大學辦理「114技職永續破風者-職業試探與適性發展聯合推動總辦計畫」	網路	114.4.1-114.6.30	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	2,520	國立高雄科技大學（台灣連線股份有限公司）	利用技職大玩JOB社群網絡（LINE@服務），推廣各項行銷內容，期能透過社群媒體達到宣導效益。	LINE	
18. 教育部	五專優勢、升學管道及未來願景	補助中區五專聯合免試入學招生委員會辦理114學年度中區五專聯合免試入學招生宣導計畫	廣播	114.6.13-114.7.10	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	145,000	114學年度中區五專聯合免試入學招生委員會（原晟企業）	認識五專並提升報考中區五專及就讀意願。	城市廣播電臺	
19. 教育部	114學年度南區五專聯合免試入學招生宣導	補助南區五專聯合免試入學招生委員會辦理114學年度南區五專聯合免試入學招生宣傳	廣播	114.5.12-114.6.10	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	75,000	114學年度南區五專聯合免試入學招生委員會（Hit Fm聯播網）	藉由廣播媒體廣告宣傳，使學生及家長能更加瞭解五專聯免之精神。	Hit Fm聯播網	
20. 教育部	114學年度五專優先免試入學招生招生宣導-網路媒體Google回應式	補助技專校院招生委員會聯合會辦理114學年度五專優先免試入學暨北區五專聯合免試入學招生廣告文宣	網路	114.5.1-114.5.15	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	22,500	技專校院招生委員會聯合會（偉睿企業有限公司）	使學生及家長更瞭解五專。	Google	
	114學年度五專優先免試入學招生招生宣導-網路媒體Yahoo原生廣告		網路	114.5.1-114.5.15				22,500			Yahoo	
	114學年度五專優先免試入學招生招生宣導-聯合報考場報(桃園以南)		平面	114.5.17				35,920			聯合報	
21. 教育部	114學年度北區五專聯合免試入學招生招生宣導-聯合報考場報(北北桃)	補助技專校院招生委員會聯合會辦理114學年度五專優先免試入學暨北區五專聯合免試入學招生廣告文宣	平面	114.5.17	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	35,920	技專校院招生委員會聯合會（偉睿企業有限公司）	使學生及家長更瞭解五專。	聯合報	
	114學年度北區五專聯合免試入學招生招生宣導-聯合報(新北市)		平面	114.5.23				35,280			聯合報	
	114學年度北區五專聯合免試入學招生招生宣導-聯合報(竹苗區)		平面	114.5.23				26,880			聯合報	
22. 教育部	藝秀臺網站	以行政協助委託國立臺灣藝術大學辦理「教育部藝秀臺表演藝術教育影音平臺經營計畫(113-115)」	網路	114.5.1-114.6.30	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育及藝術教育行政及督導	16,660	國立臺灣藝術大學（永鉦實業）	廣告投放Meta系統（Facebook、Instagram），總曝光數約65,000次，網站導流點擊數約2,600次。	Meta系統數位廣告	

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
23. 教育部	教育家網站	以政府採購法委託親子天下股份有限公司辦理114年教育家網站採購案	網路	114.4.29-115.4.28 (涵蓋期程) 114年第2季計8次 (刊登次數)	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育及藝術教育行政及督導	35,000	親子天下股份有限公司	教育家網站每月不重複造訪人次新增約6,000人次。	教育家網站	
24. 教育部	祖父母節全國性活動	以政府採購法委託無敵家娛樂股份有限公司辦理教育部「114年度祖父母節全國性活動」採購案	網路	114.5.1-114.6.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	180,000	無敵家娛樂股份有限公司	透過多元媒宣管道推廣「祖父母節全國性活動」，呼籲民眾重視「代間關係」及「代間學習」等議題。	Facebook社群平臺(內容含網路投件、貼文推廣等)	
25. 教育部	第3屆終身學習節系列活動(含試辦「終身學習券」)	以行政指示委請國立臺灣科學教育館辦理「教育部「第3屆終身學習節暨114年『中央政府推動建立員工學習制度』及『全國終身學習楷模選拔』」計畫	網路	114.5.26-114.12.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	111,750	國立臺灣科學教育館(水創藝股份有限公司)	透過設置活動一頁式網頁，提供大眾可有效且快速獲取第3屆終身學習節相關資訊，以擴大鼓勵民眾參與。	1個一頁式網頁	
26. 教育部	廣播節目「113年度績優校安人員-校安工作實務分享」	廣播節目「113年度績優校安人員-校安工作實務分享」出席費	廣播	114.1.20	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	5,000	莊○媛	本訪談旨在呈現校安人員的專業與價值，分享實務經驗與專責導師制度特色，提供他校借鏡，並激勵現職與新進人員投入。藉由真實故事與成就感分享，傳遞教育溫度，強化社會對校園安全與學生輔導的重視。	國立教育廣播電臺	
27. 教育部	廣播節目「防制學生藥物濫用—新興毒品(依托咪酯)及常見毒品的辨別、來源探討，及師長家長可以如何協助」	廣播節目「防制學生藥物濫用—新興毒品(依托咪酯)及常見毒品的辨別、來源探討，及師長家長可以如何協助」出席費	廣播	114.5.13	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	2,500	李○發	本節目透過解析新興毒品依托咪酯及常見毒品的特徵與來源，提升師生與家長的正確認知，強化辨識與防範能力。同時提供家長與師長具體協助方式，共同營造支持性防護網，預防學生藥物濫用，打造健康安全校園環境。	國立教育廣播電臺	
28. 教育部	114-115年度TaiwanGPS校園場學人經驗分享暨說明會-國立中央大學(第1場)	以政府採購法委託財團法人商業發展研究院辦理114年教育部「海外人才經驗分享及國際連結」計畫採購案	網路	114.5.27-114.12.31	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	11,400	財團法人商業發展研究院	1. 簡介TaiwanGPS。 2. 分享荷蘭及美國申請學校、海外求學及生活經驗、學成後的職涯發展。 3. 宣導教育部各項獎學金、留遊學定型化契約及海外防詐騙。	海外人才經驗分享及國際連結計畫Facebook及官方網站	

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
29. 教育部	第28屆國家講座主持人、 第7屆國家產學大師獎暨 第68屆學術獎頒獎典禮	以行政協助委託國立臺灣藝術大學辦理「第28屆國家講座主持人、第7屆國家產學大師獎暨第68屆學術獎頒獎典禮」計畫	網路	114.1.1- 114.12.31	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	848,250	國立臺灣藝術大學	使社會大眾及技專院校師生認識國家講座主持人獎、國家產學大師獎暨學術獎獲獎人。	Facebook、YouTube	
					技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	848,250				
30. 教育部	114學年度北區五專聯合 免試入學招生宣導-網路 媒體Google回應式	補助技專校院招生 委員會聯合會辦理 114學年度五專優 先免試入學暨北區 五專聯合免試入學 招生廣告文宣	網路	114.6.1- 114.6.15	技術及職業 教育司	單位預算	技術職業教 育行政及督 導	22,500	技專校院招生 委員會聯合會 (偉睿企業有 限公司)	使學生及家長更瞭解五專。	Google	
	114學年度北區五專聯合 免試入學招生宣導-網路 媒體Yahoo原生廣告		網路	114.6.1- 114.6.15				22,500			Yahoo	
31 教育部	廣播節目「Z世代大專青 少年心解方」	廣播節目「Z世代 大專青少年心解 方」出席費	廣播	114.1.14	學生事務及 特殊教育司	單位預算	學生事務與 特殊教育行 政及督導	2,500	吳○萱	透過教育電臺提供優質節目內容，介紹因少子化的影響，同一個班級甚至有橫跨4個不同世代的學生，易衍生衝突，輔導中心如何協助導師解決班上的人際衝突議題。	國立教育廣播電臺	
32. 教育部	廣播節目「從心理假談大 學生身心日常保養」	廣播節目「從心理 假談大學生身心日 常保養」	廣播	114.1.21	學生事務及 特殊教育司	單位預算	學生事務與 特殊教育行 政及督導	2,500	王○玲	透過教育電臺提供優質節目內容，介紹心理調適假與一般的假別不同處、教育部的指引及學校會針對此類學生提供何種協助及學生是否會有濫用之疑慮等。	國立教育廣播電臺	
33. 教育部	114-115年度TaiwanGPS留 學宣導記者會	以政府採購法委託財團法人商業發展研究院辦理114年教育部「海外人才經驗分享及國際連結」計畫採購案	網路	114.6.10- 114.12.31	國際及兩岸 教育司	單位預算	國際及兩岸 教育交流	12,000	財團法人商業 發展研究院	1. 分享海外求學與留學生活經驗，包含德國、美國及英國學人，以鼓勵我國青年學子勇於出國、學習新知。 2. 宣導消費者保護意識。 3. 宣導教育部公費留學考試。	海外人才經驗分享及國際連結計畫Facebook及官網	
34. 教育部	公費留學考試報名宣導	邀請公費生至國立教育廣播電臺辦理媒體及政策業務宣導節目錄製	廣播	114.6.24- 114.7.31	國際及兩岸 教育司	單位預算	國際及兩岸 教育交流	2,500	公費生	1. 說明114年公費留學考試網路報名資訊、錄取名額、報考資格、獎學金額度等。 2. 公費學人分享考試準備經驗、留學經驗、職業生涯規劃。 3. 鼓勵民眾報考，提升公費留考的報名率。	國立教育廣播電臺	
35. 教育部	3+2新五專新型專班	以政府採購法委託士奇傳播整合行銷股份有限公司辦理114年度教育政策宣導推廣採購案	網路	114.6.12- 114.6.25	技術及職業 教育司	單位預算	技術職業教 育行政及督 導	0	士奇傳播整合 行銷股份有限 公司	投放Google Banner廣告連結到教育部Facebook懶人包，以期有更多學子瞭解3+2新五專新型專班，投入技職行列。	Google聯播網	廠商回饋

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
36. 教育部	MUSE大玩家	以政府採購法委託中華電視股份有限公司辦理114年度教育政策宣導推廣採購案	網路	114.6.20- 114.6.26	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	0	中華電視股份有限公司	投放網頁Banner廣告，吸引更多民眾暑期前往部屬社教館所參加活動。	華視新聞網	廠商回饋
37. 教育部	學美場景Action	以政府採購法委託中華電視股份有限公司辦理114年度教育政策宣導推廣採購案	網路	114.6.27- 114.7.3	師資培育及藝術教育司	單位預算	師資培育及藝術教育行政及督導	0	中華電視股份有限公司	投放網頁Banner廣告，吸引更多民眾前往觀展，了解校園美感計畫改造成果。	華視新聞網	廠商回饋
國民及學前教育署小計(114年度公務預算599萬8,000元)								321,199		以113年度公務預算支應：本季無執行數，累計已執行45萬6,255元 以114年度公務預算支應：本季執行32萬1,199元，累計已執行46萬9,998元		
1. 國教署	學生學習技巧相關主題與科系介紹共7篇、冷知識分享共4篇、心理輔導與時事研究共1篇、情感教育故事共2篇、心理輔導短影片共4則	典範教育影音地圖學生生涯探索學習資源推廣計畫	網路	114.4.1- 114.6.30	高中組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	28,800	國立臺灣藝術大學 (Facebook)	透過社群媒體宣導學生於學習上需要之相關資訊，幫助學生解決生活及升學等處遇問題。	Instagram	
2. 國教署	幼兒教保服務（公共化及準公共機制）廣播節目	114年幼兒教保服務（公共化及準公共機制）廣播節目計畫	廣播、 網路	114.4.1- 114.6.30	學前組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	119,999	國立教育廣播電臺	為了讓更多家長及幼教從業人員了解國教署推動的教保服務公共化政策及準公共機制。	國立教育廣播電臺及該臺官方網站	執行期程： 114.1.1~114.12.31 執行金額： 480,000 (一次撥付) 預計製播集數： 52集
3. 國教署	關注毒品施用者再犯及毒品犯罪科技化議題，並將戒毒成功者的生命經驗，改寫為人生廣播劇，邀請協助戒毒之關鍵角色包含：家人、醫界、心理衛生單位，並融入科技查緝毒品及毒品犯罪科技化等議題。透過宣導戒毒成功的正面經驗，協助達成毒品者減害及犯罪抑制政策總目標	114年防制學生藥物濫用宣導節目計畫	廣播	114.4.1- 114.6.30	學安組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	172,400	國立教育廣播電臺	辦理再犯防止及毒品防制整合宣導，建立友善藥癮處遇環境與對戒癮者及其家屬之了解與接納，降低污名效應，強化個案及親友求助意願。	國立教育廣播電臺	
4. 國教署	環島戶外教育季	114年度教育政策宣導推廣採購案	網路	114.6.13	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	0	中華電視股份有限公司	投放活動訊息稿，以吸引更多民眾暑期前往各戶外教育館所參加課程及活動。	華視新聞網	廠商回饋

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
體育署小計(其中114年度公務預算1,211萬元)								19,799,177		以公務預算支應：本季執行188萬5,000元，累計已執行273萬5,000元		
1. 體育署	身心障礙運動教育推廣	113年身心障礙運動教育推廣計畫	網路	114.4.1- 114.4.30	全民運動組	單位預算	體育教育推 展	150,000	翊起運動有限 公司	藉運動教育推廣，同步提升身心障礙者及非身心障礙者觀念知能，瀏覽人數：1,346,990。	Facebook、Instagram、YouTube、Google、翊起運動官方網站、Yahoo、LINE TODAY	
				114.5.1- 114.5.31				150,000		藉運動教育推廣，同步提升身心障礙者及非身心障礙者觀念知能；瀏覽人數：748,197。		
2. 體育署	整體計畫宣傳-雜誌	114年度推動企業聘用運動指導員暨國民體適能專業人才提升計畫	平面	114.4.10- 114.4.16	全民運動組	單位預算	國家體育建設	125,000	社團法人中華民國全國中小企業總會	114.4.10-114.4.16於《今周刊》第1477期雜誌刊登1篇計畫廣告，以提升我國職工族群規律運動人口比例及使企業主提升員工運動福利。	今周刊	
3. 體育署	整體計畫及媒合會宣傳-1111人力銀行網站廣告（媒合會、企業補助方案）	114年度推動企業聘用運動指導員暨國民體適能專業人才提升計畫	網路	114.4.10- 114.4.16、 114.4.21- 114.4.27、 114.4.28- 114.5.4	全民運動組	單位預算	國家體育建設	150,000	社團法人中華民國全國中小企業總會	1. 提升我國職工族群規律運動人口比例及使企業主提升員工運動福利。 2. 媒合會： 114.4.10-16，1則，曝光數：137,686 114.4.21-27，1則，曝光數：22,981 114.4.28-5.4，1則，曝光數：516,440 3. 補助案： 114.4.21-27，1則，曝光數：135,065	1111人力銀行-首頁、會員登入口、搜尋頁圖片廣告	
4. 體育署	整體計畫及媒合會宣傳-1111人力銀行網站廣告	114年度推動企業聘用運動指導員暨國民體適能專業人才提升計畫	網路	114.5.5- 114.5.11、 114.5.12- 114.5.25	全民運動組	單位預算	國家體育建設	270,000	社團法人中華民國全國中小企業總會	1. 提升我國職工族群規律運動人口比例及使企業主提升員工運動福利。 2. 媒合會： 114.5.5-11，1則，曝光數：553,367 114.5.12-18，1則，曝光數：25,499 3. 補助案： 114.5.5-11，1則，114.5.19-25，1則共計2週，曝光數：49,159。	1111人力銀行-首頁、會員登入口、搜尋頁圖片廣告	
5. 體育署	整體計畫及全國企業運動賽事宣傳-Podcast廣告	114年度推動企業聘用運動指導員暨國民體適能專業人才提升計畫	廣播	114.5.22	全民運動組	單位預算	國家體育建設	175,000	社團法人中華民國全國中小企業總會	提升我國職工族群規律運動人口比例及使企業主提升員工運動福利；單集不重複下載數：4,534人次。	Podcast廣告-運動人的Pain Cave	
6. 體育署	宣傳企業聘用運動指導員補助方案與全國企業運動交流賽事	114年度推動企業聘用運動指導員暨國民體適能專業人才提升計畫	網路	114.6.5- 114.6.18、 114.6.9- 114.6.22	全民運動組	單位預算	國家體育建設	50,000	社團法人中華民國全國中小企業總會	1. 提升我國職工族群規律運動人口比例及使企業主提升員工運動福利。 2. 114.6.5-18行銷運動指導員，曝光數：37,776；114.6.9-22宣傳全國企業運動交流賽事，曝光數：38,706。	YouTube	
7. 體育署	全民運動政策宣導、總統盃政策宣導、國民體適能指導員政策宣導、世壯運政策宣導	114年度全民運動整體行銷暨社群媒體維運案	網路	114.5.1- 114.5.31	全民運動組	單位預算	國家體育建設	660,000	貝立德股份有限公司	提升政策及賽事能見度；總觸及5,475,403人次。	LINE TODAY、Yahoo運動、Facebook、Instagram、YouTube、Vamos Sports翊起運動	

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
8. 體育署	全民運動政策宣導、兒少運動教練知能政策宣導、總統盃政策宣導、國民體適能指導員政策宣導、水域安全政策宣導	114年度全民運動整體行銷暨社群媒體維運案	網路	114.6.1-114.6.30	全民運動組	單位預算	國家體育建設	155,000	貝立德股份有限公司	提升政策及賽事能見度；總觸及844,667人次。	LINE TODAY、Yahoo運動、Facebook、Instagram、YouTube、Vamos Sports翹起運動	
9. 體育署	運動企業認證徵件宣傳	114年度運動企業認證系列活動案	平面	114.5.1-114.5.31	全民運動組	運動發展基金	非亞奧運及基層運動人才培育計畫	95,000	遠見天下文化出版股份有限公司	提升我國職工族群規律運動人口比例及使企業主提升員工運動福利；發行量：160,000件。	遠見雜誌	
10. 體育署	身心障礙全民融合運動與CRPD運動平權推廣	身心障礙全民融合運動與CRPD運動平權推廣計畫	網路	114.5.1-114.6.30	全民運動組	運動發展基金	非亞奧運及基層運動人才培育計畫	150,000	國立臺灣師範大學	依據CRPD規範促進社會支持融合運動氛圍，推廣身心障礙運動平權，倡議共融運動賽事資訊；瀏覽次數：1,478人次。	Facebook、Instagram、YouTube	
11. 體育署	2025年總統盃全民運動賽事	114年度委託中華奧林匹克委員會辦理工作業務案	網路	114.6.1-114.11.16	全民運動組	運動發展基金	非亞奧運及基層運動人才培育計畫	10,450,000	中華奧林匹克委員會	配合新設運動部推展全民運動及競技運動全民化之主軸政策，行銷宣傳總統盃全民運動賽事；觸及數逾3,000,000人次。	Facebook、Instagram、YouTube	
12. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳（動滋sports）-短影音*4、貼文*8	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.4.10-114.5.8、114.4.29-114.5.8	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	150,780	緯來電視網股份有限公司	提升政策宣導知曉度；觸及數412,532人次。	Facebook	
13. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳（動滋sports）-節目短影音*4、節目影音*3、主題短影音*7	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.4.10-114.5.8、114.4.29-114.5.8	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	175,910	緯來電視網股份有限公司	提升政策宣導知曉度；觀看數211,164人次。	YouTube	
14. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳（動滋sports）-主題短影音*7	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.4.10-114.5.8、114.4.29-114.5.8	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	87,955	緯來電視網股份有限公司	提升政策宣導知曉度；觸及數680,333人次。	Instagram	
15. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳（動滋sports）-短影音*6、貼文*17	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.5.28-114.6.29	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	212,900	緯來電視網股份有限公司	提升政策宣導知曉度；觸及數137,358人次。	Facebook	
16. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳（動滋sports）-主題短影音*8、貼文11	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.5.28-114.6.29	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	175,875	緯來電視網股份有限公司	提升政策宣導知曉度；觸及數72,409人次。	Instagram	
17. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳（動滋sports）-節目短影音*2、節目影音*1、主題短影音*16	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.6.2-114.6.26	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	175,875	緯來電視網股份有限公司	提升政策宣導知曉度；觀看數445,110人次。	YouTube	

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
18. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳（動滋sports）-貼文*3	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.4.10-114.4.30	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	82,930	緯來電視網股份有限公司	提升政策宣導知曉度；觀看數17,500人次。	Facebook	
19. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳（動滋sports）-貼文*1、主題短影音*4	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.4.10-114.4.30	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	138,220	緯來電視網股份有限公司	提升政策宣導知曉度；觸及數210,525人次。	Instagram	
20. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳（動滋sports）-節目短影音*2、節目影音*2、主題短影音*3	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.4.10-114.4.30	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	193,500	緯來電視網股份有限公司	提升政策宣導知曉度；觀看數17,500人次。	YouTube	
21. 體育署	國內運動賽事轉播宣傳（籃網球錦標賽、木球錦標賽）	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	電視	114.5.5-114.5.24、114.5.8-114.5.16、114.5.7-114.5.14	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	759,900	緯來電視網股份有限公司	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觸及人數1,000,000人次。	DAZN家族、台視、中天家族	
			網路	114.5.6-114.5.14、114.5.9-114.5.16				157,000		提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觀看數7,333人次。	YouTube	
22. 體育署	國內運動賽事轉播宣傳（大隊接力、亞洲盃扯鈴、國際標準舞）	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	電視	114.5.29-114.6.7、114.6.23-114.7.2、114.6.26-114.7.5	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	849,900	緯來電視網股份有限公司	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觸及人數1,500,000人次。	DAZN家族、台視、中天家族	
			網路	114.6.2-114.6.7、114.6.23-114.7.2、114.6.30-114.7.5				146,250		提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觀看數11,016人次。	YouTube	
23. 體育署	新聞專題露出	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.5.8-114.5.17、114.5.10-114.5.19、114.5.22-114.5.27、114.5.22-114.5.31	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	235,332	緯來電視網股份有限公司	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觀看數22,500人次。	YouTube	
				114.6.20-114.6.29				117,700		提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觀看數11,250人次。	YouTube	

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
24. 體育署	「114年自由盃國小個人桌球錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年自由盃國小個人桌球錦標賽」	網路	114.4.12-114.4.13	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國桌球協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片觀賞觸及總計達15,981人次。	Facebook、YouTube	
25. 體育署	「114年度臺灣盃全國羽球錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年度臺灣盃全國羽球錦標賽」	網路	114.3.15-114.3.16	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國青年體育運動協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片觀賞觸及總計達72,905人次。	Facebook、YouTube	
26. 體育署	「114年春季踢拳錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年春季踢拳錦標賽」	網路	114.4.19-114.4.20	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國踢拳道協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片觀賞觸及總計達22,454人次。	Facebook、YouTube	
27. 體育署	「2025全國花式滑冰菁英錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「2025全國花式滑冰菁英錦標賽」	網路	114.4.20-114.4.21	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	70,000	中華民國滑冰協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片觀賞觸及總計達22,454人次。	Facebook、YouTube	
28. 體育署	「2025全國國民小學籃球錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「2025全國國民小學籃球錦標賽」	網路	114.3.17-114.4.2	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	70,000	中華民國國民小學體育總會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片、賽事成績及相關文案宣傳觀賞觸及總計達571,016人次。	Facebook、YouTube	
29. 體育署	「2025年貝比魯斯聯盟世界少棒錦標賽全國選拔賽」賽事轉播及行銷宣導	「2025年貝比魯斯聯盟世界少棒錦標賽全國選拔賽」	網路	114.3.26-114.3.30	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	臺灣貝比魯斯聯盟	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片、賽事成績及相關文案宣傳觀賞觸及總計達1,805,000人次。	Facebook、YouTube	
30. 體育署	「114年度第54屆中華盃國小師生排球賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年度第54屆中華盃國小師生排球賽」	網路	114.5.12-114.5.13	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	140,000	中華民國排球協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片觀賞觸及總計達261,101人次。	Facebook、YouTube	
31. 體育署	「114年拖艇滑水國家代表隊選拔賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年拖艇滑水國家代表隊選拔賽」	網路	114.5.3-114.5.4	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國滑水總會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片觀賞觸及總計達29,413人次。	Facebook、YouTube	
32. 體育署	「114年全國國小盃扯鈴錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年全國國小盃扯鈴錦標賽」	網路	114.5.17-114.5.18	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國民俗體育運動協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片觀賞觸及總計達262,626人次。	Facebook、YouTube	
33. 體育署	「114年港都盃全國飛鏢錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年港都盃全國飛鏢錦標賽」	網路	114.5.10-114.5.11	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國飛鏢總會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片觀賞觸及總計達199,531人次。	Facebook、YouTube	

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
34. 體育署	「114年度港都盃全國匹克球錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年度港都盃全國匹克球錦標賽」	網路	114. 4. 19- 114. 4. 20	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國匹克球總會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片觀賞觸及總計達203,444人次。	Facebook、YouTube	
35. 體育署	「114年全國分齡衝浪錦標賽暨國家代表隊選拔賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年全國分齡衝浪錦標賽暨國家代表隊選拔賽」	網路	114. 3. 29- 114. 3. 30	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國衝浪運動協會	主播賽評、賽前宣傳片、賽事成績及相關文案宣傳；觀賞觸及總計達24,696人次。	Facebook、YouTube	
36. 體育署	「2025全國少年盃足球錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「2025全國少年盃足球錦標賽」	網路	114. 4. 5- 114. 4. 27	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國足球協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片及賽後精華影片總觸及合計達32,834人次。	Facebook、YouTube	
37. 體育署	「2025行銷台灣-國際自由車環台公路大賽行銷宣傳計畫」賽事轉播及行銷宣導	2025行銷台灣-國際自由車環台公路大賽行銷宣傳計畫	網路	114. 3. 1- 114. 3. 20	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	1,800,000	中華民國自由車協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達21,888,971人次。	Facebook、YouTube	
38. 體育署	113年度全國中等學校賽事推廣暨青春動滋券推廣活動	113年度全國中等學校賽事推廣暨青春動滋券推廣活動實施計畫	網路	113. 1. 1- 113. 12. 31	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	59,150	中華民國高級中等學校體育總會	增進113年度青春動滋券曝光度，領券人數達560,000人次，進而帶動領用率之提升。	Facebook、YouTube、Instagram	
39. 體育署	「113學年度全國中等學校跆拳道錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	113學年度全國中等學校跆拳道錦標賽	網路	114. 3. 13- 114. 3. 15	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華中小學跆拳道聯合總會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片、賽事成績及相關文案宣傳觀賞觸及合計達122,093人次。	Facebook、YouTube	
40. 體育署	「2025第57屆全國少年籃球錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	2025第57屆全國少年籃球錦標賽	網路	114. 3. 17- 114. 3. 23	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國少年籃球發展協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片、賽事成績及相關文案宣傳觀賞觸及合計達25,088人次。	Facebook、YouTube	
41. 體育署	「114年全國第61屆莒光盃中等學校排球賽」賽事轉播及行銷宣導	114年全國第61屆莒光盃中等學校排球賽	網路	114. 3. 10- 114. 3. 11	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國排球協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片、賽事成績及相關文案宣傳觀賞觸及合計達25,088人次。	Facebook、YouTube	
42. 體育署	「2025臺北市加蚋盃國際少棒錦標賽暨全國棒球俱樂部聯賽」賽事轉播及行銷宣導	2025臺北市加蚋盃國際少棒錦標賽暨全國棒球俱樂部聯賽	網路	114. 3. 26- 114. 4. 6	運動產業及企劃組	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	120,000	中華棒球發展協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽前宣傳片、賽事成績及相關文案宣傳觀賞觸及合計達334,047人次。	Facebook、YouTube	

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
青年發展署小計(114年度公務預算655萬1,000元)								6,110,000		公務預算本季執行611萬元，累計已執行613萬6,000元		
1. 青年署	114年青年暑期社區職場體驗計畫-學生開放投遞履歷宣傳	「114年青年暑期社區職場體驗計畫徵求承辦單位」採購案	網路	114.5.1-114.5.21	綜合規劃及生涯輔導組	單位預算	青年生涯輔導	20,000	財團法人中山管理教育基金會	曝光次數275,729次；點擊次數13,546次。	春樹科技股份有限公司(多媒體聯播網(GDN))	
2. 青年署	教育部青年發展署第5屆青年諮詢小組委員遴選宣傳	「114年青年好政-Let's Talk及青年諮詢組織交流」勞務採購案	網路	114.2.13-114.2.28	公共參與組	單位預算	青年公共參與	5,000	商周編輯顧問股份有限公司	協助青年諮詢小組委員遴選宣傳，擴大觸及人數。	Facebook	
3. 青年署	114年「青年好政-Let's Talk」計畫執行團隊招募宣傳	「114年青年好政-Let's Talk及青年諮詢組織交流」勞務採購案	網路	114.1.24-114.2.28	公共參與組	單位預算	青年公共參與	10,000	商周編輯顧問股份有限公司	協助招募Talk執行團隊宣傳曝光，招募至少25隊提案；並協助提案說明會宣傳曝光，至少50人參與。	Google聯播網、Facebook	
				114.3.1-114.3.21				55,000		協助招募Talk執行團隊宣傳曝光，招募至少25隊提案。	Facebook	
4. 青年署	114年「青年好政-Let's Talk」公共事務培力基礎入門課	「114年青年好政-Let's Talk及青年諮詢組織交流」勞務採購案	網路	114.3.1-114.3.28	公共參與組	單位預算	青年公共參與	20,000	商周編輯顧問股份有限公司	協助招募入門課學員宣傳曝光，每場招募70人以上。	Facebook	
5. 青年署	高澎青年志工中心主題式服務方案：活動宣導	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.5.1	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	財團法人和春文教基金會	推廣志工中心活動訊息、成果。	澎湖日報(電子報)	廠商回饋
6. 青年署	桃連青年志工中心主題式服務方案：活動宣導	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.6.10	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	中原大學	推廣志工中心活動訊息、成果。	馬祖日報(電子報)	廠商回饋
7. 青年署	青年志工行動競賽表揚計畫(第2屆青志獎)決選暨頒獎典禮活動影片	114年「青年志工行動競賽表揚暨培力交流活動」徵求承辦單位勞務採購案(113年後續擴充)	網路	114.4.4、114.4.6	公共參與組	單位預算	青年公共參與		思高本事有限公司	志工團Facebook觸及386人次。志工團Instagram觸及825人次。	Facebook、Instagram	預計11月撥付
8. 青年署	總統接見第2屆青志獎獲獎志工團隊代表	114年「青年志工行動競賽表揚暨培力交流活動」徵求承辦單位勞務採購案(113年後續擴充)	網路	114.5.14-114.5.15	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	思高本事有限公司	志工團Facebook觸及1,446人次。志工團Instagram觸及1,547人次。	Facebook、Instagram	廠商回饋

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約名稱	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 廠商名稱 (得標廠商)	預期效益 (成效分析)	刊登或託播對象	備註
9. 青年署	青年百億海外圓夢基金計畫	「114年青年百億海外圓夢基金計畫行政作業」委辦採購案	電視	114.1.24-114.2.16	國際及體驗學習組	單位預算	青年國際及體驗學習	2,500,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	972,000次觀看；32,000次點擊。	東森家族、緯來家族、非凡家族、民視新聞台、AXN家族、Discovery家族、TVBS家族、三立家族	
			網路	114.1.24-114.2.27				1,917,844		觸及5,646,000人次。	Google關鍵字、OTT聯播、YouTube、Google聯播網	
			電視	114.5.1-114.5.11				1,500,000		透過電視媒體頻道宣傳青年百億海外圓夢基金計畫。	東森家族頻道、緯來家族頻道、非凡家族頻道、民視新聞臺、八大家族頻道、TVBS家族頻道、三立家族頻道	
			網路	114.5.12-114.5.25				82,156		透過YouTube網路媒體宣傳青年百億海外圓夢基金計畫。	YouTube影音廣告	
10. 青年署	114年青年壯遊點宣導	「114年青年壯遊點計畫徵求承辦廠商」採購案	網路	114.6.30-114.7.4	國際及體驗學習組	單位預算	青年國際及體驗學習		社團法人中華民國全國中小企業總會	透過網路社群媒體宣傳青年壯遊點。	Instagram、Facebook	預計11月撥付
國家圖書館小計(114年度公務預算2萬4,000元)								0				
國立教育廣播電臺小計(114年度公務預算5萬2,000元)								4,707		公務預算本季執行4,707元，累計已執行1萬179元		
1. 教育電臺	教育電臺節目聽友會、Channel+新策展節目與兒童節目推播	114年度LINE帳號推廣方案採購案	網路	114.4.1-114.4.30	推廣組	單位預算	臺務業務活動	1,260	LINE台灣連線股份有限公司	鼓勵民眾參加教育電臺節目聽友會，收聽Channel+ 114年新策展節目與兒童節目。訊息受眾年齡層以40-44歲為最多，其次為45-49歲。	LINE	
2. 教育電臺	教育電臺遊學活動與分臺新節目			114.5.1-114.5.31	推廣組	單位預算	臺務業務活動	1,260	LINE台灣連線股份有限公司	鼓勵民眾參與遊學活動與收聽教育電臺各分臺新製播之節目，訊息受眾年齡層以40-44歲為最多，其次為45-49歲。	LINE	
3. 教育電臺	教育電臺遊學活動、官方網站節目推播			114.6.1-114.6.30	推廣組	單位預算	臺務業務活動	2,187	LINE台灣連線股份有限公司	鼓勵民眾參與教育電臺遊學活動，並了解相關節目。訊息受眾年齡層以40-44歲為最多，其次為45-49歲。	LINE	
國立臺灣藝術教育館小計(114年度公務預算5萬元)								30,000		公務預算本季執行3萬元，累計已執行3萬元		
1. 藝教館	113學年度全國學生美術比賽	「113學年度全國學生美術比賽頒獎典禮暨活動推廣」勞務採購案	電視、網路	114.1.1-114.3.31	視覺藝術教育組	單位預算	國立臺灣藝術教育館行政及推展	30,000	鴻馬國際整合行銷有限公司	推廣113學年度全國學生美術比賽及特優作品巡迴展覽。	TVBS新聞、公視新聞網、網路新聞：銳傳媒、中央通訊社、新頭條、觀傳媒、中央通訊社、台灣新聞雲報、國語日報、中華新聞雲、自由時報、民生電子報、ETtoday新聞雲	

備註：1. 114年4-6月本部及所屬機關（構）、基金於網站公告之宣導執行金額3,088萬1,267元，與本表執行金額同。

2. 表內受委託廠商名稱與得標廠商名稱不同者，得標廠商名稱以括弧表達。