

教育部主管(含基金、財團法人)110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

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	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註	
總計							24,909,836					
教育部小計							8,065,328					
1.	教育部	108課綱及升學	平面	110.5.1-110.7.31	技術及職業教育司	單位預算	200,000	凱絡媒體	透過最多學生家長觀看的親子雜誌，運用平面實體雜誌與網路廣編，將108課綱與升學的資訊傳遞給相關的族群，讓關心108課綱的家長、學生都能更進一步了解相關資訊。	親子天下平面雜誌與網路		
		網路				100,000						
		平面		高等教育司	高等教育行政及督導	180,000						
		網路				75,000						
2.	教育部	110年自學進修專科學校學力鑑定考試事項及簡章	平面	110.7.26-110.7.28	技術及職業教育司	單位預算	89,803	合歡多媒體行銷有限公司	增進民眾對「自學進修專科學校學力鑑定考試」之瞭解。	聯合報、自由時報、中國時報		
3.	教育部	技高、技專學習歷程審查審議會	網路	110.7.31-111.12.31	技術及職業教育司	單位預算	20,000	國立清華大學	參加技高、技專學習歷程審查審議會。	臉書		
4.	教育部	「情緒教育」單元影片(8集)	網路	110.7.15-110.9.30	終身教育司			古稀創意股份有限公司	透過影片宣導情緒教育，教導民眾察覺自我及他人情緒，並有效處理負面情緒帶來的影響，促進家人互動、關係和諧。	教育部「終身學習e起來」Facebook粉絲專頁	廠商回饋	

教育部主管(含基金、財團法人)110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

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	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
5. 教育部	少子女化對策	電視	110.7.1-110.8.31	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	856,010	民視文化	透過電視、網路、平面等各式通路宣傳對少子女化政策「0-6歲國家一起養」所投注的資源，希望能提升國家的生育率。	於民視、台視、三立、TVBS、東森、非凡、年代、壹電視、衛視、中天、緯來、八大等電視台播出	
		340,000					凱絡媒體	YouTube 影音廣告、Google關鍵字廣告+內容聯播網、Line LAP聯播網(圖卡+影音)…等			
		200,000					民視文化	大紀元時報、中國時報、眾聲日報、民眾日報、中華日報、台灣醒報…等			
		1,198,015		民視文化			於民視、台視、三立、TVBS、東森、非凡、年代、壹電視、衛視、中天、緯來、八大等電視台播出				
		514,000		凱絡媒體			YouTube 影音廣告、Google關鍵字廣告+內容聯播網、Line LAP聯播網(圖卡+影音)…等				
		382,000		民視文化			大紀元時報、中國時報、眾聲日報、民眾日報、中華日報、台灣醒報…等				
		網路									
		平面									
		電視		終身教育司		終身教育行政及督導					
		網路									
		平面									

教育部主管(含基金、財團法人)110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

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	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
6. 教育部	反毒教育 (識毒，不試毒)	網路	110.7.1- 110.8.31	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	515,000	民視文化	透過網紅拍攝影片並上傳社群平台，達到觀看網紅的粉絲人數的傳播效益。	YouTube與FB社群	
7. 教育部	辦理海外僑生(含港澳生)招生試務及宣導工作	網路	110.4.1- 111.3.31	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	500,000	海外聯合招生委員會	1. 使重點僑居地的目標招生對象，能於招生期間獲取並瞭解招生管道及報名資訊。 2. 使招生資訊以紙本方式呈現，增加海外招生訊息的曝光與露出。 3. 讓海外學子容易於網路搜尋引擎上獲得海外聯招會官網及臺灣高等教育線上博覽會的連結，增加招生資訊曝光及瀏覽機率。	1. facebook粉絲專頁經營與廣告投放 2. 招生宣導文宣設計(紙本) 3. Google關鍵字廣告設定與投放	
8. 教育部	防疫影片、廣播	網路	110.9.1- 110.9.30	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	150,000	民視文化	透過媒體宣導學生防疫及疫苗接種。	透過網路社群媒體推播	
		電視		技術及職業教育司		技術職業教育行政及督導	190,000			利用CDC徵用廣播頻道推播	
9. 教育部	防疫、國際競賽等宣傳圖卡	網路	110.6.1- 110.9.30	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	30,000	民視文化	製作圖文內容在FB社群推播。	FB社群	
				技術及職業教育司		技術職業教育行政及督導	37,500				
				師資培育及藝術教育司		師資培育與藝術教育行政及督導	70,000	凱絡媒體			
				資訊及科技教育司		資訊與科技教育行政及督導	50,000				
				國際及兩岸教育司		國際及兩岸教育交流工作計畫	160,000				

教育部主管(含基金、財團法人)110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

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	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
10. 教育部	110年度「臺灣國際學生創意設計大賽計畫(TISDC)」	網路	110.1.1-110.12.31	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	500,000	亞洲大學	1.使國內外參賽學生能於官網及粉絲專業獲取本競賽相關資訊，包含報名管道及步驟說明、競賽辦法、得獎作品線上展覽等。 2.透過國內外媒體廣告購買，增加本競賽於世界各地區的曝光度，提升品牌能見度。 3.透過實體及電子簡章、海報寄送予國內外高中職及大專院校設計相關系所，增加競賽訊息曝光與露出。	1.官網及facebook粉絲專頁經營與廣告投放 2.國內外設計媒體平面及數位媒體廣告購買 3.競賽宣導簡章、海報等文宣設計(紙本、數位)	
11. 教育部	「我和我的孩子」親職手冊推廣計畫	網路	110.8.1-110.9.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	776,000	國立空中大學	邀請Youtuber(蔡阿嘎)拍攝影片並於其Youtube影音平台等通路上架推播及宣傳，以觸及及提供更多家長參考運用親職手冊。	蔡阿嘎YOUTUBE頻道及臉書粉絲專頁	
12. 教育部	「我和我的孩子：一本給家長的手冊」製作開學禮袋宣傳圖卡		110.9.1-110.10.31				13,000	鹹水文化製作有限公司	製作主題宣傳圖卡，於本部終身學習e起來社群媒體進行宣傳，以觸及及提供更多家長參考運用親職手冊。	教育部「終身學習e起來」Facebook粉絲專頁	
13. 教育部	110年敬師月-教師節專刊案	平面	110.9.1-110.9.30	師資藝教司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導	84,000	財團法人國語日報社	透過平面媒體宣導師鐸獎及教育奉獻獎精選得獎者教育小故事，以喚起社會敬師精神。	國語日報	
	110年敬師系列影片	網路					835,000	動靜影像有限公司	教師節影片宣導，總觸及人數達12萬人次。	公益廣告託播電視台、Youtube、教育部臉書專頁、教育電臺	

教育部主管(含基金、財團法人)110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

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	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註			
國民及學前教育署小計							1,600,605							
1.	國教署	108課綱及升學	平面	110.5.1-110.7.31	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	凱絡媒體	透過最多學生家長觀看的親子雜誌，運用平面實體雜誌與網路廣編，將108課綱與升學的資訊傳遞給相關的族群，讓關心108課綱的家長、學生都能更進一步了解相關資訊。	親子天下平面雜誌與網路				
			網路									50,000		
2.	國教署	新媒體社群宣導	網路	110.6.1-110.8.31	秘書室	單位預算	9,300	民視文化	將製作黑板畫及錄製縮時攝影影片在FB社群推播，引起社群關注。	FB社群				
3.	國教署	少子女化對策	電視	110.7.1-110.8.31	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政督導	民視文化	透過電視、網路、平面等各式通路宣傳對少子女化政策「0-6歲國家一起養」所投注的資源，希望能提升國家的生育率。	於民視、台視、三立、TVBS、東森、非凡、年代、壹電視、衛視、中天、緯來、八大等電視台播出				
			網路									220,000	凱絡媒體	YouTube 影音廣告、Google關鍵字廣告+內容聯播網、Line LAP聯播網(圖卡+影音)…等
			平面									48,000	民視文化	大紀元時報、中國時報、眾聲日報、民眾日報、中華日報、台灣醒報…等
4.	國教署	友善育兒	網路	110.8.1-110.9.30	秘書室	單位預算	250,000	凱絡媒體	利用Taipei Times綜合性英文報紙的特性，讓育兒補助的訊息能更多元的傳達。	Taipei times網路媒體推播				

教育部主管(含基金、財團法人)110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

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	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
5. 國教署	防疫影片、廣播	廣播	110.9.1-110.9.30	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	50,000	民視文化	透過媒體宣導學生防疫及疫苗接種。	利用CDC的徵用調推播	
6. 國教署	「典範教育影音地圖學生生涯探索學習資源推廣計畫(教育九子)」學生相關主題、科系介紹17篇；冷知識分享7篇；藝術教育推廣主題(與兩廳院、阮劇團合作)1篇	網路	110.7.1-110.9.30	高中組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	22,500	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	
7. 國教署	補助「偏遠地區」及「非山非市」學校學生通學學習路上無負擔	平面	110.7.5-110.9.4	高中組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	70,000	世界客家雜誌有限公司	透過媒體宣導使大眾了解「偏遠地區」及「非山非市」學校學生學習的道路不因經濟、通學困難而受到影響。	世界客家雜誌雙月刊	
8. 國教署	「0-6歲國家跟你一起養」就學補助新制政策宣導	電視	110.8.10-110.9.9	學前教育組					宣導就學補助之最新政策資訊。	臺灣電視事業股份有限公司；中華電視事業股份有限公司；中國電視事業股份有限公司；原住民族電視台	公益託播
9. 國教署	110特殊教育專刊	平面	110.7.2-110.9.24	原民特教組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	240,800	財團法人國語日報社	透過平面媒體之教育宣導功能，讓社會大眾、特殊教育學校、一般學校及幼兒園所等，能定期吸收相關資訊、瞭解特殊教育發展現況。	國語日報	
10. 國教署	具防制新興毒品，防制藥物濫用意念性宣導	網路	110.9.3-110.9.12	學務校安組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	60,000	東森新媒體	防範新興毒品濫用宣導，提升防制藥物濫用認知，預計240萬次廣告曝光。	ET today新聞雲	

教育部主管(含基金、財團法人)110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

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	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
體育署小計							14,688,700				
1.	體育署	「學生水域安全活動」宣導	廣播	110.9.1-110.9.20	學校體育組	單位預算	體育教育推展	98,900	中國廣播公司	預期向學生家長宣傳水域運動安全觀念，並留意子女平時動向，避免憾事發生。	中國廣播公司
2.	體育署	「學生水域安全活動」宣導	平面	110.9.17及110.9.23	學校體育組	單位預算	體育教育推展	98,000	台灣時報	宣導學生水域安全創意繪圖及海報競賽之活動。	台灣時報
3.	體育署	宣導東京奧運及帕運	網路	110.7.1-110.8.31	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	851,800	民視文化	運用網路通路引流體育網站，傳遞東京奧運相關訊息。	透過Google關鍵字、聯播網、運動Blog、Yahoo、Line Today等網路進行宣導
4.	體育署	110年體育推手獎表揚典禮推薦報名	網路	110.8.9-110.8.13	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	40,000	鴻馬國際整合行銷有限公司	提升體育推手獎表揚典禮曝光度及增加報名率。	多媒體廣告聯播網(GDN)
5.	體育署	國民體育日	電視	110.9.1-110.9.30	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	9,221,000	貝立德股份有限公司	提升國人對於體育署推動國民體育日知曉度及辨識度。	FOX、東森電視、民視新聞台、緯來電視網、GTV八大電視、JET綜合台、年代電視、Discovery...等
6.	體育署		平面	110.9.1-110.9.18				1,439,000			自由時報、聯合報、中國時報、台灣時報、更生日報、空中英語教室10月號雜誌、鏡週刊10月號雜誌、商業週刊10月號雜誌...等

教育部主管(含基金、財團法人)110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

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	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註	
7.	體育署	國民體育日	網路	110.8.30-110.9.9	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	2,940,000	貝立德股份有限公司	提升國人對於體育署推動國民體育日知曉度及辨識度。	7-11影音、LINE、ONE AD、YAHOO影音聯播網、ETTODAY、LITV、中華電信、popin Spotlight 聚幕影音、YOUTUBE Facebook...等	7-11影音為廠商回饋
青年署小計							50,000					
1.	青年署	「110年青年好政系列-Let'sTalk」-提案徵件宣傳	網路	110.9.5	公共參與組	單位預算	青年公共參與	50,000	天下雜誌股份有限公司	透過青年關注之網路媒體，擴散計畫徵件能見度，鼓勵青年踴躍參與公共事務討論，提案辦理公共事務審議討論。	Podcast口播廣告	
國立教育廣播電臺小計							27,558					
1.	教育電臺	金聲獎頒獎典禮直播預告/體育瘋音樂/教育電台Podcast	網路	110.7.8-110.7.31	推廣組	單位預算	臺務業務活動	840	Line(台灣連線股份有限公司)	宣傳金聲獎直播活動與Channel+節目訊息。	Line	
2.	教育電臺	金聲獎入圍影片		110.7.7	節目組				創創數位科技股份有限公司	擴大金聲獎校園廣播節目競賽活動宣傳效益，凝聚學校師生對活動之關注力，收看人次預估達3千人次。	Facebook	由國立教育廣播電臺金聲獎網站建置廠商回饋免費製作文宣影片。
3.	教育電臺	親子頻道/官網教育新亮點節目曝光		110.8.1-110.8.31	推廣組	單位預算	臺務業務活動	840	Line(台灣連線股份有限公司)	宣傳國立教育廣播電臺文教類、兒童類節目。	Line	
4.	教育電臺	Channel+專題策展/家有小學生		110.8.11-110.8.19	推廣組	單位預算	臺務業務活動	2,500	亞普達國際電子商務股份有限公司	鼓勵民眾閱讀與收聽策展節目。	Facebook	

教育部主管(含基金、財團法人)110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

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	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註		
5.	教育電臺	Channel+專題策	網路	110.8.23-110.8.30	推廣組	單位預算	2,500	亞普達國際電子商務股份有限公司	鼓勵民眾閱讀與收聽策展節目。	Facebook			
6.	教育電臺	教育電臺官網、廣播營活動、Podcast與專題策展曝光		110.9.1-110.9.30	推廣組	單位預算	840	Line(台灣連線股份有限公司)	宣傳本臺節目與活動。	Line			
7.	教育電臺	Podcast推廣(整體)		110.9.1-110.9.8	推廣組	單位預算	3,500	亞普達國際電子商務股份有限公司	鼓勵民眾收聽本臺Podcast。	Facebook			
8.	教育電臺	Podcast推廣(打開小耳朵)		110.9.10-110.9.17	推廣組	單位預算	3,500	亞普達國際電子商務股份有限公司	鼓勵民眾收聽本臺Podcast。	Facebook			
9.	教育電臺	Channel+整體網站推廣		110.9.14-110.9.25	推廣組	單位預算	13,038	亞普達國際電子商務股份有限公司	於網頁曝光國立教育廣播電臺Channel+節目網站。	GoogleGDN	本項經費來源為教育部補助款。		
國立臺灣藝術教育館小計							477,645						
1.	藝教館	「動漫藝次元」主題特展活動宣傳	網路	110.7.13-110.9.26	視覺藝術教育組	單位預算	105,550	傑森全球整合行銷有限公司	透過整合新媒體通路多元宣傳方式帶動參觀人氣，以達宣傳效果。	活動專屬粉專、新媒體通路宣傳	本項經費來源為教育部補助款。		
	廣播						127,140					藉由音訊的傳播，有系統介紹藝術與美感教育。	電台聯播網託播(news98及飛碟聯播網)
	平面						244,955					以平面圖像觸及相關藝術雜誌觀眾，增加展覽能見度，並帶動民眾參與藝術。	中學生報、聯合報、映CG數位影像繪圖雜誌、藝術家、dpi設計插畫誌、big issue 月刊

備註：1. 110年7-9月本部及所屬機關(構)於網站公告之宣導執行金額2,490萬9,836元，與本表執行金額同。

2. 國教署政策宣導費110年度截至第2季累計130萬6,613元，經調減21萬6千元及加計第3季39萬3,300元，合共148萬3,913元。