

教育部主管(含基金、財團法人)110年第4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							26,764,257				
教育部小計							13,138,550				
1.	教育部	友善育兒	網路	110.8.1-110.10.31	終身教育司	單位預算	1,206,000	凱絡媒體	透過社群媒體的力量推廣友善育兒的環境。	於Facebook等社群媒體進行宣導	
					學生事務及特殊教育司		1,094,000				
2.	教育部	111年教育部表揚推展本土語言傑出貢獻獎-徵件活動宣導	廣播	110.10.1-110.10.31	終身教育司	單位預算	40,000	傳動數位設計印刷有限公司	鼓勵各界踴躍薦舉國內推展本土語言傑出並具有貢獻之人士。	好事聯播網(全省)	
3.	教育部	敬師月	電視	110.9.1-110.10.31	師資培育及藝術教育司	單位預算	0	民視文化	透過電視廣告傳遞敬師的心意。	包含FOX娛樂, MTV台, ANIMAX動漫...等有線電視青少年頻道、Discovery/旅遊頻道/動物星球等知性頻道	廠商回饋
			廣播					凱絡媒體		包含有線電視 A、B、C 時段與不指定版位與時段檔次	
			平面					民視文化		好事聯播網	
			網路					凱絡媒體		含中時、台灣新生報、台灣時報、太平洋日報、聯合報共5則, 400字內訊息稿	
								凱絡媒體		含中時、聯合、經濟、工商、Yahoo 共5則, 500字內訊息稿	
4.	教育部	產學合作(含產學攜手合作計畫2.0)	網路	110.10.1-110.11.30	技術及職業教育司	單位預算	500,000	凱絡媒體	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Facebook社群	

教育部主管(含基金、財團法人)110年第4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	數位教育 (天下教育特刊)	網路	110.10.1- 110.11.30	資訊及科技教育司	單位預算	資訊與科技教育行政及督導	369,700	民視文化	透過《天下雜誌》平面、官網、臉書及相關企業(如換日線等官網)等多元管道露出，並搭配編輯部議題行銷、行銷部主題策展宣傳，讓傳播效益最大化，共同掌握話語權。	天下平面雜誌、官網及Facebook社群	
		平面					629,200				
6. 教育部	看見教育在進步 節目	電視	110.9.1- 110.11.30	資訊及科技教育司	單位預算	資訊與科技教育行政及督導	1,700,000	民視文化	長版(4分鐘)節目深入報導學校案例，短版則剪輯長版精華內容，重製成90秒的新聞報導，另與未來Family數位廣編合作，跨媒體露出，擴大聲量，讓傳播效益最大化。	民視新聞台、民視台灣台、民視無線台、民視英語新聞	
				高等教育司		高等教育行政及督導	200,000				
				技術及職業教育司		技術職業教育行政及督導	1,000,000				
7. 教育部	青年教育與就業儲蓄帳戶方案宣導影片	電視	110.11.1- 110.11.30	技術及職業教育司-青年教育與就業儲蓄帳戶專案辦公室	單位預算	技術職業教育行政及督導	0	無(以公益託播方式，無受委託廠商)	透過公益託播電視廣告，增進學生及家長對「青年教育與就業儲蓄帳戶方案」之瞭解，進而報名申請青年教育與就業儲蓄帳戶方案。	電視廣告-協請於台視、中視、華視、民視、原民台共計5家電視台撥放宣傳影片	公益託播
8. 教育部	2021媒體素養教育博覽會	網路、廣播、影片製作	110.12.18- 110.12.25	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	700,000	中略國際行銷股份有限公司	於110年12月25日至26日辦理，為期兩天活動，包含展示各級教育階段推動媒體素養教育之成果，更邀請具代表性之民間團體及網路平臺參展，透過多元寓教於樂活動形式傳達媒體素養與生活息息相關，並呈現公私部門協力合作之效。另安排多場互動座談，藉此擴大民眾參與感與學習感，提升對於媒體素養之認知與重視。	1. 網路宣傳：Facebook粉絲專頁、活動網站、youtube、YAHOO廣告、Facebook動態廣告、google關鍵字、圖文廣告、活動直播等。 2. 廣播媒體：正聲廣播電台、好事聯播網、國立教育廣播電臺等活動宣傳。 3. 影片製作：教育部youtube、FB粉絲專頁、活動現場播放等。	本案以109年度預算支應，惟因受疫情影響，活動延後至110年12月25、26日辦理。

教育部主管(含基金、財團法人)110年第4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
9. 教育部	教育家部落格	網路	110.1.1-110.12.31	師資培育及藝術教育司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導	1,960,000	親子天下股份有限公司	(一)文章上線250篇文章。 (二)網站瀏覽量達233萬833人次，不重複造訪人次達134萬986人次。 (三)臉書粉絲專頁總貼文數量共157則，貼文總觸及人數達45萬991人，按讚數達1萬8,727人。	親子天下	
10. 教育部	世界百大及學海獎學金宣導	網路	110.12.1-110.12.31	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	264,000	凱絡媒體	透過google聯播網宣導獎學金事宜，讓優秀的學生們踴躍參與。	google聯播網	
11. 教育部	海外留學及台灣學華語	網路	110.12.1-110.12.31	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	113,000	凱絡媒體	運用中央社Focus Taiwan(英文網)向國際傳達台灣學華語的相關政策。	中央社Focus Taiwan(英文網)	
12. 教育部	青年署臉書社群行銷	網路	110.4.1-110.12.31	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	100,000	凱絡媒體	轉譯政策內容，透過社群行銷經營方式宣傳。	青年署Facebook	
13. 教育部	透過YouTube推廣技職、育兒補助、反毒、戶外教育、營養午餐等教育部政策及導入LINE官方帳號	網路	110.12.1-110.12.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	430,240	民視文化	透過YouTube推廣技職、育兒補助、反毒、戶外教育、營養午餐等教育部政策及導入LINE官方帳號，讓教育部政策能在網路上多方曝光。	YouTube及Line	
				學生事務及特殊教育司		學生事務與特殊教育行政及督導	225,000				
14. 教育部	透過LINE官方帳號宣導學校午餐	網路	110.11.1-110.12.31	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	76,000	凱絡媒體	運用API介接，在LINE LIFF檢索，在LINE@看查詢資料，利用更多元的介面讓LINE的社群媒體擁有更多元功能並吸引更多元人來運用。	LINE官方帳號	
				技術及職業教育司		技術職業教育行政及督導	100,000				
15. 教育部	教育部臉書社群行銷	網路	110.4.1-110.12.31	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	80,000	凱絡媒體	轉譯政策內容透過社群行銷經營方式宣傳，每月4-6次貼文，預計達20萬觸及，500次分享。	教育部Facebook	
				技術及職業教育司		技術職業教育行政及督導	100,000				
				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				
				資訊及科技教育司		資訊與科技教育行政及督導	200,000				
				國際及兩岸教育司		國際及兩岸教育交流	260,000				

教育部主管(含基金、財團法人)110年第4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
16. 教育部	教育部重設LINE官方帳號，並透過該社群推廣教育部育兒、反毒、數位教育…等政策	網路	110.8.1-110.12.31	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	100,000	凱絡媒體	透過LINE官方帳號社群行銷經營方式宣傳，推廣教育部育兒、反毒、數位教育…等政策，並經由數位社群網網相連，達到多方推廣的效益。	LINE官方帳號	
				技術及職業教育司		技術職業教育行政及督導	200,000				
				師資培育及藝術教育司		師資培育與藝術教育行政及督導	300,000				
				資訊及科技教育司		資訊與科技教育行政及督導	218,000				
				國際及兩岸教育司		國際及兩岸教育交流	260,000				
17. 教育部	推廣教育部LINE官方帳號功能，並宣導技職、營養午餐…等相關政策	網路	110.12.1-110.12.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	300,000	凱絡媒體	透過LINE官方帳號社群行銷經營方式宣傳，技職、營養午餐…等相關政策，並經由數位社群網網相連，達到多方推廣的效益。	LINE官方帳號	
				國際及兩岸教育司		國際及兩岸教育交流	343,410				
國民及學前教育署小計							2,859,102				
1. 國教署	友善育兒	網路	110.8.1-110.10.31	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	1,300,000	凱絡媒體	透過社群媒體的力量推廣友善育兒的環境。	於Facebook等社群媒體進行宣導	
2. 國教署	看見教育在進步節目	電視	110.9.1-110.11.30	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	350,000	民視文化	長版(4分鐘)節目深入報導學校案例，短版則剪輯精華內容，重製成90秒的新聞報導，另與未來Family數位廣編合作，跨媒體露出，擴大聲量，讓傳播效益最大化。	民視新聞台、民視台灣台、民視無線台、民視英語新聞	
3. 國教署	透過網路媒體推廣育兒活動、館所活動	網路	110.12.1-110.12.31	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	80,000	民視文化	透過親子網站宣導育兒與館所活動，讓家長們可以接收相關訊息，參與館所等活動。	親子網站廣告banner(如媽媽寶寶、baby home等)	

教育部主管(含基金、財團法人)110年第4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
4. 國教署	透過YouTube推廣技職、育兒補助、反毒、戶外教育、營養午餐等教育部政策及導入LINE官方帳號	網路	110.12.1-110.12.31	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	23,000	民視文化	透過YouTube推廣技職、育兒補助、反毒、戶外教育、營養午餐等教育部政策及導入LINE官方帳號，讓教育部政策能在網路上多方曝光。	YouTube及Line	
5. 國教署	透過LINE官方帳號宣導學校午餐	網路	110.11.1-110.12.31	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	164,000	凱絡媒體	運用API介接，在LINE LIFF檢索，在LINE@看查詢資料，利用更多元的介面讓LINE的社群媒體擁有更多元功能並吸引更多元來運用。	LINE官方帳號	
6. 國教署	教育部臉書社群行銷	網路	110.4.1-110.12.31	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	50,000	凱絡媒體	轉譯政策內容透過社群行銷經營方式宣傳，每月4-6次貼文，預計達20萬觸及，500次分享。	教育部臉書	
7. 國教署	推廣教育部LINE官方帳號功能，並宣導技職、營養午餐...等相關政策	網路	110.12.1-110.12.31	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	100,000	凱絡媒體	透過LINE官方帳號社群行銷經營方式宣傳，技職、營養午餐...等相關政策，並經由數位社群網網相連，達到多方推廣的效益。	LINE官方帳號	
8. 國教署	110年特殊教育專刊	平面	110.10.1-110.12.31	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	期藉平面媒體之教育宣導功能，深入每一學校(園)、教師、家庭及學生，讓特殊教育相關人員交換教學經驗、分享身心障礙學生之家長親職教育、教養問題及提供身心障礙學生及資賦優異學生學習案例，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	

教育部主管(含基金、財團法人)110年第4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
9. 國教署	推動國際教育2.0「國際教育鏈結全球」	平面	110.11.5-111.1.4	原民特教組	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	教育部於109年5月發布中小學國際教育白皮書2.0，透過宣導，使社會大眾了解國際教育2.0，順利推動國際教育。	世界客家雜誌雙月刊	
10. 國教署	具防治新興毒品、大麻及娛樂性意念廣告宣導	網路	110.10.25-110.10.31	學務校安組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	45,500	東森新媒體	防範新興毒品濫用宣導，提升防治藥物濫用認知。	ETtoday新聞雲	
11. 國教署	具防制新興毒品娛樂性意念廣告宣導	網路	110.11.16-110.11.22	學務校安組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	73,500	蘭臺網路出版商務股份有限公司	防範新興毒品濫用宣導，提升防制藥物濫用認知。	臺灣TB新聞網	
12. 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(教育丸子)：學生相關主題、科系介紹共13篇、冷知識分享共5篇、心理輔導共3篇、情感教育共4篇、活動宣傳(訪談徵人、線上直播課程推廣)共3篇	網路	110.10.1-110.12.31	高中組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	23,302	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	
13. 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(教育丸子)：推廣網站內容(職人訪談系列共16篇、聊聊心裡話共16篇、科系學什麼(大學生訪談之科系介紹)共15篇、線上課程資訊共3篇	網路	110.10.6-110.10.20、110.11.22-110.11.28	高中組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	194,000	意宇科技有限公司	透過網路雜誌媒體的版位廣告投放廣告，預計觸及其他受眾。內容將以學生於學習上可能需要之相關資源整理在網站中，提供學生解決生活及升學等處遇問題的參考資源。	Cheers 雜誌版位	

教育部主管(含基金、財團法人)110年第4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
14. 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)：線上直播課程報名宣傳	網路	110.10.21-110.11.17	高中組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	95,000	久睿網路行銷有限公司	因應企劃辦理線上直播課程活動，為使課程報名順利，故推廣相關資訊。	Facebook 導流廣告	
15. 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)：推廣網站內容共6篇；線上課程筆記共3篇	網路	110.12.6-110.12.12	高中組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	50,000	創意角落有限公司	透過網路雜誌媒體的版位廣告投放廣告，預計觸及其他受眾。內容將以學生於學習上可能需要之相關資源整理在網站中，提供學生解決生活及升學等處遇問題的參考資源。	yahoo 原生廣告	
<b>體育署小計</b>							<b>9,902,000</b>				
1. 體育署	學生水域安全活動	網路	110.10.1-110.10.29	學校體育組	單位預算	體育教育推展	94,500	先驅媒體社會企業股份有限公司	學生水域安全創意繪圖及海報競賽。	台灣TB新聞網	
			110.12.24-110.12.25				98,000	中國時報文化事業股份有限公司	學生溺水數據公布及安全宣導。	中時電子報	
		平面	110.12.24-110.12.25				98,000	臺灣時報社	學生水域安全創意繪圖及海報競賽。	臺灣時報社	
2. 體育署	110年體育運動精英獎頒獎典禮-入圍者宣傳	網路	110.12.4-110.12.23	運動產業及企劃組	單位預算	綜合規劃行政及督導	97,000	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	為表揚推展體育運動有具體貢獻的團體及人員，並提升國人對體育運動的關注及對選手的認識。	Facebook	
	110年體育運動精英獎頒獎典禮-精英獎歷年回顧影片		110.12.18-110.12.24							youtube	
	110年體育運動精英獎頒獎典禮-得獎人後續推廣		111.1.3-111.1.12							Facebook	

教育部主管(含基金、財團法人)110年第4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
3. 體育署	運動選手培訓	網路	110.8.1-110.10.31	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	2,415,000	凱絡媒體	幫所有國手展開特訓，藉由特別的規劃與器材讓國手們燃燒自己的小宇宙，達到最強戰備狀態，讓往後比賽一舉奪牌！	含Yahoo TV、Facebook、YouTubw	
4. 體育署	宣導東京奧運及帕運	網路	110.10.1-110.10.31	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	580,000	凱絡媒體	針對帕拉林匹克運動會選手於總統府辦理「台灣英雄勇者無敵」直播活動，讓全國民眾見證帕運選手的能力。	於Facebook平台進行直播	
5. 體育署	重設LINE官方帳號，並透過該社群推廣教育部育兒、反毒、數位教育、動滋券2.0...等政策	網路	110.8.1-110.12.31	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	18,000	凱絡媒體	透過LINE官方帳號社群行銷經營方式宣傳，推廣教育部育兒、反毒、數位教育、動滋券2.0...等政策，並經由數位社群網網相連，達到多方推廣的效益。	LINE官方帳號	
6. 體育署	國民體育日	電視	110.10.1-110.10.31	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	0	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。	中視、台視、華視、民視、中視數位台、台視數位台、華視數位台	公益託播
7. 體育署	國民體育日	廣播	110.10.14-110.10.15	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	0	貝立德股份有限公司	提升國人對於體育署推動登山日活動知曉度。	中廣新聞台	廠商回饋
8. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳	網路	110.10.19-110.11.1	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	2,500,000	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。	Facebook、IG、Youtube、Dcard	
	國內運動賽事露出-賽事宣傳片	電視	110.10.15-110.10.31							民視無線台、eleven體育、三立家族	
		網路	110.10.18-110.10.31							計程車、全家便利商店、7-11、Youtube、google關鍵字	



教育部主管(含基金、財團法人)110年第4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
9. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳 動滋Sports	電視	110.11.1- 110.11.30	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	2,691,500	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。	東森新聞、非凡家族、三立家族、緯來家族	
		網路	110.11.1- 110.11.23							Facebook、Youtube、IG	
		平面	110.11.15							自由時報	
	國內運動賽事露出	電視	110.11.18- 110.11.28							非凡家族	
		平面	110.11.24- 110.11.26							聯合報、中國時報、自由時報	
		廣播	110.11.12- 110.11.30							製作30秒廣播帶	
		網路	110.11.21- 110.11.30							台北捷運、google關鍵字、Tamedia	
	運動賽事新聞專題露出	電視	110.11.7- 110.11.30							緯來體育台、緯來精采台	
		網路	110.11.25- 110.12.31							Youtube、全家便利商店廣告、國光客運	
	10. 體育署	110年體育推手獎表揚典禮網路廣告、宣導影片企製、粉絲團營運、表揚日直播	網路							110.11.25- 110.12.4	
110年體育推手獎表揚典禮工商時報廣告		平面	110.11.27- 110.12.5	工商時報							

教育部主管(含基金、財團法人)110年第4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
11. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳	網路	110.12.11-110.12.25	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	700,000	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。	Facebook、Youtube、IG、youtuber、運動媒體人社群	
		平面	110.12.01-111.1.31							戶外-台鐵車廂手拉環	
	國內運動賽事露出	電視	110.12.18-110.12.24							TVBS家族	
		網路	110.12.18-110.12.26							高雄捷運戶外走投廣告、Line LAP原生廣告	
	新聞專題露出	電視	110.12.21-110.12.31							緯來體育台、緯來精采台	
青年署小計							800,000				
1. 青年署	青年署臉書社群行銷	網路	110.4.1-110.12.31	綜合規劃及生涯輔導組	單位預算	青年生涯輔導	100,000	凱絡媒體	轉譯政策內容，透過社群行銷經營方式宣傳。	青年署臉書	
						青年公共參與	100,000				
						青年國際及體驗學習	300,000				
2. 青年署	【封鎖世代】疫情下臺灣青年志工線上國際交流系列活動	網路	110.8.12-110.9.13	公共參與組	單位預算	青年公共參與	40,000	願景青年行動網協會	1. 透過於Accupass刊登活動訊息，以廣為周知全國青年，並便利青年報名參與活動。 2. 於截止日前，線上會議總參與達483人次，臉書直播截至10月12日(履約截止日)觀看達1,189人次。	Accupass活動通廣告版位	
3. 青年署	YOUNG飛全球行動計畫培訓營及線上成果策展	網路	110.11.1-110.11.30	國際及體驗學習組	單位預算	青年國際及體驗學習	75,000	社團法人中華民國全國創新創業總會	透過於網站平臺刊登活動訊息，以廣為周知全國青年，並便利青年報名參與活動。	Dcard、Facebook、Instagram貼文及限時動態	
4. 青年署	青年海外志工培訓工作坊及交流沙龍	網路	110.11.1-110.11.30	國際及體驗學習組	單位預算	青年國際及體驗學習	25,000	願景青年行動網協會	透過於網站平臺刊登活動訊息，以廣為周知青年，並便利青年報名參與活動。	Facebook及Instagram貼文	

教育部主管(含基金、財團法人)110年第4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.	青年署	110年青年暑期社區職場體驗計畫-用人單位提案宣傳	網路	110.3.15	綜合規劃及生涯輔導組	單位預算	青年生涯輔導	7,350	財團法人中山管理教育基金會	期望透過宣傳藉以曝光予更多非營利組織提案參與本計畫，以提供多元暑期職場體驗機會。	中央通訊社	
6.	青年署	110年青年暑期社區職場體驗計畫-學生報名宣傳	網路	110.5.11-110.6.20	綜合規劃及生涯輔導組	單位預算	青年生涯輔導	79,650	財團法人中山管理教育基金會	期望透過宣傳藉以曝光予更多大專以上在學青年報名參與本計畫，經由體驗學習、適應職場，促進職涯發展。	Facebook、Instagram	
								3,600			Youtube	
								12,600			Google關鍵字	
								6,800			104人力銀行	
7.	青年署	110年創創大學堂計畫-創創沙龍報名事宜	網路	110.7.21-110.10.1	綜合規劃及生涯輔導組	單位預算	青年生涯輔導	0	商周編輯顧問股份有限公司	透過網路及社群媒體推廣青年署創創大學堂計畫。	張貼網路Banner、EDM於商周Facebook、每日報	廠商回饋
		110年創創大學堂計畫及U-start創新創業計畫		110.12.16-110.12.17						透過網路及社群媒體推廣青年署創創大學堂及U-start創新創業計畫，捲動校園創新創業風氣。	商周Faceboo、商周網站	
				110.12.27-111.1.2						透過平面媒體推廣青年署創創大學堂及U-start創新創業計畫，捲動校園創新創業風氣。	商業周刊(實體雜誌)	
8.	青年署	110年青年社區參與行動2.0 Changemaker計畫成果展	網路	110.12.1-110.12.12	公共參與組	單位預算	青年公共參與	40,000	社團法人中華公共事務傳播發展學會	透過Accupass活動通刊登成果展活動訊息，廣為周知民眾，便利青年報名參與成果展活動。	Accupass活動通廣告版位(含網站及APP)	
								10,000		透過於Google關鍵字搜尋功能曝光成果展活動訊息，廣為周知民眾，便利青年報名參與成果展活動。	Google關鍵字廣告	
9.	青年署	110年推廣網路直播互動多媒體徵求承辦單位	網路	110.3.11-110.12.31	公共參與組	單位預算	青年國際及體驗學習	0	商周編輯顧問股份有限公司	透過青年常用之社群媒體(ptt、Dcard等)貼文宣傳節目訊息，並透過廠商加值提供網路資源，推廣節目內容。	Ptt、Dcard貼文及數位專刊	廠商回饋

教育部主管(含基金、財團法人)110年第4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
國立教育廣播電臺小計							64,605				
1.	教育電臺 教育電臺官網、雙語廣播營、跟著廣播去遊學活動與專題策展曝光	網路	110.10.1-110.10.31	推廣組	單位預算	臺務業務活動	1,531	Line(台灣連線股份有限公司)	宣傳教育電臺節目與活動與文教新聞	Line	
2.	教育電臺 口說英語通 YOUTUBE訂閱、節目收聽		110.10.1-110.10.15	推廣組	單位預算	臺務業務活動	7,000	亞普達國際電子商務股份有限公司	鼓勵聽眾訂閱教育電臺Channel+口說英語通節目	Facebook	
3.	教育電臺 廣播金鐘得獎節目推廣		110.10.12-110.10.22	推廣組	單位預算	臺務業務活動	7,000	亞普達國際電子商務股份有限公司	鼓勵民眾收聽Channel+廣播金鐘得獎節目	Facebook	
4.	教育電臺 Channel+閩南語我嘛會節目推廣		110.10.15-110.10.23	推廣組	單位預算	臺務業務活動	4,000	亞普達國際電子商務股份有限公司	鼓勵民眾收聽教育電臺Channel+閩南語我嘛會節目	Facebook	
5.	教育電臺 Channel+、跟著廣播去遊學活動與專題策展曝光		110.11.1-110.11.30	推廣組	單位預算	臺務業務活動	1,535	Line(台灣連線股份有限公司)	宣傳教育電臺節目與活動	Line	
6.	教育電臺 Channel+媒體素養微劇場FB貼文廣告		110.11.18-110.11.26	推廣組	單位預算	臺務業務活動	5,000	亞普達國際電子商務股份有限公司	宣傳教育電臺Channel+主題策展媒體素養微劇場	Facebook	
7.	教育電臺 Channel+親子頻道時光故事機FB貼文廣告		110.11.19-110.11.28	推廣組	單位預算	臺務業務活動	3,000	亞普達國際電子商務股份有限公司	宣傳教育電臺親子頻道時光故事機節目	Facebook	
8.	教育電臺 Channel+專題策展學習型podcast FB貼文廣告		110.11.01-110.11.15	推廣組	單位預算	臺務業務活動	7,000	亞普達國際電子商務股份有限公司	宣傳教育電臺專題策展與podcast節目	Facebook	
9.	教育電臺 Channel+教師教育現場專題策展		110.11.01-110.11.15	推廣組	單位預算	臺務業務活動	7,000	亞普達國際電子商務股份有限公司	宣傳教育電臺教師專題策展與相關節目	Facebook	
10.	教育電臺 教育電臺活動推廣、鼓勵民眾收聽節目		110.12.1-110.12.31	推廣組	單位預算	臺務業務活動	1,539	Line(台灣連線股份有限公司)	宣傳教育電臺節目與活動	Line	

教育部主管(含基金、財團法人)110年第4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
11. 教育電臺	Channel+緬甸語學習節目FB貼文廣告	網路	110.12.17-110.12.23	推廣組	單位預算	臺務業務活動	5,000	亞普達國際電子商務股份有限公司	宣傳教育電臺Channel+緬甸語學習節目	Facebook	
12. 教育電臺	Channel+韓語好好玩FB節貼文廣告		110.12.15-110.12.23	推廣組	單位預算	臺務業務活動	7,000	亞普達國際電子商務股份有限公司	宣傳教育電臺Channel+韓語學習節目	Facebook	
13. 教育電臺	官網穿越時空玩科學節目總覽FB貼文廣告		110.12.17-110.12.24	推廣組	單位預算	臺務業務活動	4,000	亞普達國際電子商務股份有限公司	宣傳教育電臺穿越時空玩科學官網節目	Facebook	
14. 教育電臺	教育電台多元收聽FB貼文廣告		110.12.20-110.12.25	推廣組	單位預算	臺務業務活動	4,000	亞普達國際電子商務股份有限公司	宣傳教育電臺Channel+與官網60天隨選功能	Facebook	

備註：1. 110年10-12月本部及所屬機關(構)於網站公告之宣導執行金額2,684萬1,219元，與本表執行金額同。  
 2. 體育署單位預算政策宣導費110年度截至第3季累計86萬6,650元，經調減9萬9,750元及加計第4季38萬7,500元，合共115萬4,400元。  
 3. 國立教育廣播電臺政策宣導費110年度截至第3季累計5萬1,398元，經調減1萬3,038元及加計第4季6萬4,605元，合共10萬2,965元。  
 4. 國立臺灣藝術教育館政策宣導費110年度截至第3季累計47萬7,645元，經調減47萬7,645元，餘額為0。