

教育部主管(含基金、財團法人)111年第2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 | | | | | | | 10,307,702 | | | | |
| 教育部小計 | | | | | | | 3,022,379 | | | | |
| 1. 教育部 | 111年教育部表揚推展本土語言傑出貢獻獎-頒獎典禮後之得獎報導及112年徵件前導影片宣傳 | 網路 | 111.3.24-111.4.30 | 終身教育司 | 單位預算 | 終身教育行政及督導 | 30,000 | 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。 | 教育部Youtube、Facebook粉絲專頁、活動現場播放 | |
| 2. 教育部 | 教育部111年閩南語語言能力認證考試 | 網路 | 111.4.1-111.12.31 | 終身教育司 | 單位預算 | 終身教育行政及督導 | 279,000 | 國立臺灣師範大學 | 期能加強國人學習並使用閩南語，以落實本土語言相關政策。 | Line、Instagram、Facebook、Google | |
| 3. 教育部 | 515國際家庭日-各縣市國際家庭日活動整合宣傳 | 網路 | 111.4.29 | 終身教育司 | 單位預算 | 終身教育行政及督導 | 5,000 | 上品生活科技股份有限公司 | 透過發布臉書圖文，整合宣傳各縣市515國際家庭日相關活動，鼓勵民眾闖家共學共玩，促進家庭關係。 | 教育部「終身學習e起來」Facebook粉絲專頁 | |
| 4. 教育部 | 111學年度海外聯合招生計畫 | 網路 | 111.4.1-112.3.31 | 高等教育司 | 單位預算 | 高等教育行政及督導 | 74,358 | 海外聯合招生委員會 | 推廣「2022臺灣高等教育線上博覽會」第二檔期【不拿秘笈、不入武林】臺灣升學講座活動，增加活動訊息曝光率，吸引學生觀看升學講座，並強化學生赴臺意願。 | 1. Facebook粉絲專頁經營與廣告投放 2. Google Ads媒體監控及廣告代操 3. 香港、澳門、馬來西亞、印尼、緬甸、研究所Facebook粉絲專頁廣告刊登 4. 「2022台灣高等教育線上博覽會」6月Google Ads媒體監控及廣告代操 | |
| 5. 教育部 | 111年「從心歸零」廣播節目 | 廣播 | 111.1.1-111.12.31 | 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 | 707,200 | 國立教育廣播電臺 | 從心理與生理、自我與他者、人類與天地等三個面向，系列性地介紹生命、生活與生死等議題，提供多元的方法替心靈窮途的聽友溫暖紓困。 | 國立教育廣播電臺 | |
| 6. 教育部 | 「特別的愛」廣播節目 | 廣播 | 111.1.1-111.12.31 | 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 | 643,200 | 國立教育廣播電臺 | 透過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 | |

教育部主管(含基金、財團法人)111年第2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. 教育部 | 社團法人中華民國全國教師會-與國立教育廣播電臺合作節目「老師好」 | 廣播 | 111.1.1-111.12.31(4至6月累計廣播13次) | 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 | 144,999 | 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，並推動廣播藝術教育，增加師生對教育廣播電臺參與度。 | 國立教育廣播電臺 | |
| 8. 教育部 | 教育家部落格 | 網路 | 111.3.10-112.3.9(4至6月累計刊登12次) | 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 | 300,000 | 親子天下股份有限公司 | 教育家部落格每月不重複造訪人次新增1萬5,000人次。 | 教育家部落格網站 | |
| 9. 教育部 | 515國際家庭日-「企業夥伴作伙來家庭教育推起來」動畫 | 網路 | 111.5.12-111.12.31 | 終身教育司 | 單位預算 | 終身教育行政及督導 | 100,000 | 上品生活科技股份有限公司 | 透過網路發布影片，期讓更多民眾了解家庭教育中心服務及家庭教育資源網提供之資源，並號召更多企業參與「友善家庭企業聯盟」計畫。 | 教育部Youtube頻道、教育部「終身學習e起來」Facebook粉絲專頁 | |
| 10. 教育部 | 515國際家庭日記者會新聞露出 | 網路 | 111.5.12-111.12.31 | 終身教育司 | 單位預算 | 終身教育行政及督導 | 0 | 上品生活科技股份有限公司 | 透過新聞稿發布，期讓更多民眾了解家庭教育中心服務及家庭教育資源網提供之資源，並號召更多企業參與「友善家庭企業聯盟」計畫。 | 蘋果日報新聞網、經濟日報網、華視新聞網、三立新聞網、卓越雜誌網 | 廠商回饋 |
| 11. 教育部 | 515國際家庭日-Podcast訪談家庭教育中心主任及口播宣導 | 網路 | 111.5.18-111.12.31 | 終身教育司 | 單位預算 | 終身教育行政及督導 | 10,000 | 上品生活科技股份有限公司 | 結合以家長為目標聽眾之Podcast節目，透過訪談家庭教育中心主任、口播宣導及該節目臉書貼文，提升家庭教育中心及家庭教育資源網之知名度。 | 「一起說故事」Podcast(含其經營之「孩子睡了」Facebook粉絲專頁)、「加班當爸媽」Podcast(含其經營之「加班當爸媽」Facebook粉絲專頁) | |
| 12. 教育部 | 標題：臺灣精彩、精彩臺灣-國際優秀青年愛上臺灣 主要內容：透過優秀受獎生分享在臺就讀經驗，宣傳獎學金項目申請機會，吸引各國具有潛力及優秀學生，赴臺升學交流學華語。 | 網路 | 111.5.24-111.5.29 | 國際及兩岸教育司 | 單位預算 | 國際及兩岸教育交流 | 43,000 | 銘傳大學 | 藉由優秀受獎生分享在臺就讀經驗，吸引各國具有潛力及優秀學生，提升大專校院高教國際化。 | Yahoo、Facebook廣告 | |

教育部主管(含基金、財團法人)111年第2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 |
|---------|------------------------------------|------|--------------------|------------|------|----------------|---------|--------------|---|---------------------------------|----|
| 13. 教育部 | 臺灣國際學生創意設計大賽 | 平面 | 111.5.1-111.6.30 | 高等教育司 | 單位預算 | 高等教育行政及督導 | 40,000 | 大計文化事業設計印象雜誌 | 透過宣傳讓更多全球師生們，瞭解臺灣國際學生創意設計大賽，是目前全球最具指標性的大型學生競賽，並透過競賽進而提升全球設計教育交流公益性、非營利活動等。藉由參與設計競賽，讓莘莘學子們翻轉人生機會。 | 設計印象雜誌 | |
| | | 網路 | 111.5.15-111.7.15 | | | | 25,001 | 台北數位集團 | | Line | |
| | | 網路 | 111.5.15-111.7.15 | | | | 24,999 | 亞洲大學 | | Line Lap廣告 | |
| | | 網路 | 111.3.1-111.7.30 | | | | 90,000 | 橙良有限公司 | | Facebook、Instagram | |
| 14. 教育部 | 教育部藝術與設計菁英海外培訓計畫 | 網路 | 111.3.1-111.6.13 | 高等教育司 | 單位預算 | 高等教育行政及督導 | 28,000 | 國立雲林科技大學 | 1.以國內公私立大學學生為對象，能於報名期間獲取並瞭解本計畫相關資訊，包含報名管道、甄選辦法、歷屆成果資訊等。 2.透過實體及電子簡章、海報寄送予國內大專院校設計相關系所，增加計畫曝光度。 | 官網及Facebook粉絲專頁 | |
| 15. 教育部 | 教育部111年製作宣傳全民國防教育廣播節目案 | 廣播 | 111.6.15-111.10.31 | 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 | 197,000 | 漢聲廣播電臺 | 為了使各單位在推行全民國防教育的創意及亮點能被廣為周知。 | 漢聲廣播電臺全國調頻(幅)網 | |
| 16. 教育部 | 宣傳最新臺灣華語教育相關資訊 | 網路 | 111.6.1-111.8.31 | 國際及兩岸教育司 | 單位預算 | 國際及兩岸教育交流 | 268,000 | 社團法人台灣評鑑協會 | 推廣我國華語文教育相關資訊。 | Line、Instagram、Twitter、Facebook | |
| 17. 教育部 | 教育部「SIT人才資料庫」計畫 | 網路 | 111.6.1-111.12.31 | 國際及兩岸教育司 | 單位預算 | 國際及兩岸教育交流 | 2,688 | 世新大學 | 宣傳教育部「SIT人才資料庫」，將僑外生及畢業校友之留臺政策及各項生活資訊等以新媒體形式，整合創意、美感、設計，製成懶人包、圖文整合等不同形式之資訊，強化社群媒體經營，促進互動及溝通。 | 「SIT人才資料庫」Facebook、Instagram | |
| 18. 教育部 | 515國際家庭日-家庭教育資源網懶人包及515國際家庭日系列活動回顧 | 網路 | 111.6.7-111.12.31 | 終身教育司 | 單位預算 | 終身教育行政及督導 | 5,000 | 上品生活科技股份有限公司 | 以懶人包圖文宣導家庭教育資源網之各項家庭教育教材，並推廣515國際家庭日系列活動，期使民眾認知家庭經營之重要性，並善加利用家庭教育資源網之各項數位教材資源，促進家人和諧互動。 | 教育部「終身學習e起來」Facebook粉絲專頁 | |

教育部主管(含基金、財團法人)111年第2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 |
|------------|---|-------|-------------------------------------|-------|------|--------------|---------|--------------|---|---------------------------------|----|
| 19. 教育部 | 祖父母節全國性活動「祖孫樂遊遊，共學齊步GO！」互動梗圖文案實施計畫 | 網路 | 111.6.15-111.8.15 | 終身教育司 | 單位預算 | 終身教育行政及督導 | 934 | 上品生活科技股份有限公司 | 預期吸引至少50組以上梗圖文案投稿，透過參與比賽慶祝祖父母節尊重家中長輩。 | 「獎金獵人」、教育部「終身學習e起來」Facebook粉絲專頁 | |
| 20. 教育部 | 「MUSE大玩家-探索知識COOL」 | 網路 | 111.6.1-111.9.30 | 終身教育司 | 單位預算 | 終身教育行政及督導 | 4,000 | 根本文創事業股份有限公司 | 透過網路媒體鼓勵親子參與「MUSE大玩家-探索知識COOL」活動。 | Facebook、Line@ | |
| 國民及學前教育署小計 | | | | | | | 873,686 | | | | |
| 1. 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、科系介紹共11篇，冷知識分享共7篇，心理輔導共1篇，情感教育共6篇，活動宣傳共2篇，學生特別企劃共2篇 | 網路 | 111.4.1-111.6.30 | 高中組 | 單位預算 | 國民及學前教育行政及督導 | 22,086 | 國立臺灣藝術大學 | 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 | 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)：2022年度線上直播課程報名宣傳 | 網路 | 111.4.12-111.4.19、111.5.18-111.5.24 | 高中組 | 單位預算 | 國民及學前教育行政及督導 | 25,000 | 國立臺灣藝術大學 | 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 | |
| 3. 國教署 | 「提升英文能力酷英平臺助學生『終生學習』養成」 | 平面 | 111.5.5-111.7.4 | 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「提升英文能力 酷英平臺助學生『終生學習』養成」，使社會大眾掌握相關訊息。 | 世界客家雜誌雙月刊 | |
| 4. 國教署 | 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 | 111.4.1-111.6.30 | 學前教育組 | 單位預算 | 國民及學前教育行政及督導 | 150,000 | 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 | |

教育部主管(含基金、財團法人)111年第2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 | 111年特殊教育專刊 | 平面 | 111.5.1-111.6.30 | 原民特教組 | 單位預算 | 國民及學前教育行政及督導 | 195,600 | 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 | |
| 6. 國教署 | 透過不同領域專家的關鍵言論加深聽眾對於毒品問題的廣度及深度理解，並懂得解決之道 | 廣播、網路 | 111.4.1-111.6.30 | 學務校安組 | 單位預算 | 國民及學前教育行政及督導 | 154,500 | 國立教育廣播電臺 | 有效解決防制學生藥物濫用問題及使全民關注新興毒品推陳出新帶來的社會問題。 | 國立教育廣播電臺及該臺官方網站 | |
| 7. 國教署 | 學習環境改善宣導 | 網路 | 111.6.10-111.6.30 | 教育部 | 單位預算 | 國民及學前教育行政及督導 | 256,500 | 民視文化 | 透過YouTube串流影片推播，讓開YouTube的人都儘量能看到，達到有廣度的影片推播。 | YouTube | |
| 體育署小計 | | | | | | | 6,344,100 | | | | |
| 1. 體育署 | 運動產業媒體資訊平台宣傳 | 網路 | 111.4.22-111.4.30 | 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 | 800,000 | 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、Instagram、Dcard、運動媒體人社群 | |
| | 國內運動賽事露出 | 電視 | 111.4.2-111.4.10、111.4.12-111.4.17 | | | | | | | ELEVEN體育(籃球篇)、台視無線(羽球篇) | |
| | | 網路 | 111.4.21-111.4.30 | | | | | | | Youtube | |
| 2. 體育署 | 運動企業認證徵件宣傳媒體露出 | 平面 | 111.4.1-111.4.30 | 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 | 192,000 | 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。 | 遠見雜誌、商業周刊 | |

教育部主管(含基金、財團法人)111年第2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 | 企業聘用運動指導員計畫宣傳媒體露出 | 網路 | 111.4.6-111.4.26 | 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 | 230,000 | 社團法人中華民國全國中小企業總會 | 1. 鼓勵企業聘用體育運動相關專業背景人員，辦理體育運動活動，養成公司員工運動習慣，推廣運動風氣。 2. 以具傳播效率與針對不同之目標閱聽對象，運用合適傳播媒介，達成計畫各項工作目標。 | 聯播網廣告(PMP) | |
| | | 平面 | 111.3.30-111.4.30 | | | | 167,000 | | | 雜誌-經理人4月刊號 | |
| 4. 體育署 | 2022春季踢拳菁英賽 | 網路 | 111.4.11-111.4.16 | 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 | 304,100 | 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。 | Facebook | |
| 5. 體育署 | 運動產業媒體資訊平台宣傳 | 網路 | 111.5.14-111.5.24 | 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、Instagram | |
| | 新聞專題露出 | 電視 | 111.5.7-111.5.31 | | | | | | | 緯來體育台、緯來精采台 | |
| | | 網路 | 111.5.28-111.6.6 | | | | | | | Youtube | |
| 6. 體育署 | 「運動i臺灣2.0」路跑活動資訊露出 | 網路 | 111.5.17-111.5.31 | 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 | 10,000 | 國立高雄科技大學 | 介紹「運動i臺灣2.0」各地特色賽事及活動，鼓勵民眾踴躍參加，據以培養運動習慣，實踐運動健身快樂人生的目標。 | Line官方帳號「i運動資訊」 | |
| | 「運動i臺灣2.0」水域活動資訊露出 | | 111.5.27-111.6.10 | | | | 10,000 | | | | |
| 7. 體育署 | 整體計畫宣傳-數位時代雜誌 | 平面 | 111.5.1-111.5.31 | 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 | 167,000 | 社團法人中華民國全國中小企業總會 | 1. 鼓勵企業聘用體育運動相關專業背景人員，辦理體育運動活動，養成公司員工運動習慣，推廣運動風氣。 2. 以具傳播效率與針對不同之目標閱聽對象，運用合適傳播媒介，達成計畫各項工作目標。 | 雜誌-數位時代5月刊號 | |
| | 整體計畫宣傳-104人力銀行網站首頁廣告、故事報導 | 網路 | 111.5.16-111.5.29、111.6.6-111.7.3 | | | | 334,000 | | | 104人力銀行網站首頁、今周刊官網 | |
| | 整體計畫宣傳-廣播專訪 | 廣播 | 111.6.7-111.6.14 | | | | 375,000 | | | 飛碟聯播網《生活同樂會》、News98新聞台《財經一路發》 | |
| 8. 體育署 | 身心障礙運動在地化與新知觀念推廣暨賽事倡議 | 網路 | 111.6.1-111.6.30 | 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 | 456,000 | 國立臺灣師範大學 | 進行身心障礙者運動平權倡議，並藉宣傳、曝光與推廣，落實國際身心障礙者權利公約(CRPD)精神，鼓勵國人共同支持愛運動動無礙之社會氛圍。 | 「Don 1 Don」 Facebook、Youtube、Instagram等 | |

教育部主管(含基金、財團法人)111年第2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 | 網路 | 111.5.28-111.6.14 | 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 | 450,000 | 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、Instagram | |
| | 新聞專題露出 | 電視 | 111.6.1-111.6.30 | | | | | | | 緯來體育台、緯來精采台 | |
| 10. 體育署 | 運動彩券宣導(含影片製作) | 網路 | 111.5.1-111.6.8、111.6.27-111.7.10 | 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 | 1,340,000 | 聖多里尼影視傳播有限公司 | 提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度。 | Google聯播網、Line Lap、Facebook、Youtube、Line Pre-roll、新聞廣編-運動筆記 | |
| | 運動彩券宣導 | 電視 | 111.5.9-111.5.20 | | | | 809,000 | | | 三立、東森、年代、TVBS、緯來、探索、ELEVEN SPORTS 1台及2台 | |
| 青年發展署小計 | | | | | | | 30,000 | | | | |
| 1. 青年署 | 111年青年暑期社區職場體驗計畫-學生報名宣傳 | 網路 | 111.5.11-111.5.31 | 綜合規劃及生涯輔導組 | 單位預算 | 青年生涯輔導 | 30,000 | 財團法人中山管理教育基金會 | 期望透過宣傳曝光予更多大專以上在學青年報名參加，經由體驗學習、適應職場，促進職涯發展。 | Facebook、Instagram、Youtube、Google關鍵字、聯播網廣告(GDN)、Dcard、104人力銀行 | |
| 2. 青年署 | 111年創創大學堂計畫-第一場創創沙龍報名事宜 | | 111.5.16-111.5.25 | 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FB(商周.com)、每日報 | 廠商回饋 |
| 3. 青年署 | 111年創創大學堂計畫-第二場創創沙龍報名事宜 | | 111.5.24-111.6.7 | 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FB(商周.com)、每日報 | 廠商回饋 |
| 4. 青年署 | 111年創創大學堂計畫-第三場創創沙龍報名事宜 | | 111.6.28-111.7.6 | 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FB(商周.com)、每日報 | 廠商回饋 |
| 5. 青年署 | 111年青年暑期社區職場體驗計畫-學生報名宣傳 | | 111.6.1-111.6.16 | 綜合規劃及生涯輔導組 | 單位預算 | 青年生涯輔導 | 0 | 財團法人中山管理教育基金會 | 期望透過宣傳曝光予更多大專以上在學青年報名參加，經由體驗學習、適應職場，促進職涯發展。 | Facebook、Instagram、Youtube、Google關鍵字、聯播網廣告(GDN)、Dcard、104人力銀行 | 預計於111年8月支付。 |

教育部主管(含基金、財團法人)111年第2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 | | | | | | | 37,537 | | | | |
| 1. 教育電臺 | 提供民眾查詢教育電臺節目與活動資訊 | 網路 | 111.4.1-111.4.30 | 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) | 推廣教育電臺新年節目、官網節目回放及親子節目推薦。 | Line | |
| 2. 教育電臺 | Channel+聲音故事館專題策展 | | 111.4.9-111.4.15 | 推廣組 | 單位預算 | 臺務業務活動 | 6,000 | 亞普達國際商務電子股份有限公司 | 鼓勵民眾前來參觀新開幕之聲音故事館。 | Facebook | |
| 3. 教育電臺 | Channel+故事時光機 | | 111.4.13-111.4.21 | 推廣組 | 單位預算 | 臺務業務活動 | 7,000 | 亞普達國際商務電子股份有限公司 | 鼓勵民眾收聽Channel+故事時光機親子節目。 | Facebook | |
| 4. 教育電臺 | 官網親子、母親節相關節目與雙語頻道 | | 111.5.1-111.5.31 | 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) | 推廣教育電臺官網親子及母親節相關節目與活動。 | Line | |
| 5. 教育電臺 | Channel+雙語頻道 | | 111.5.13-111.5.20 | 推廣組 | 單位預算 | 臺務業務活動 | 5,000 | 亞普達國際商務電子股份有限公司 | 鼓勵民眾線上使用雙語教學頻道。 | Facebook | |
| 6. 教育電臺 | 聲音故事館—聲音的表情廣播教育 | | 111.5.5-111.5.10 | 推廣組 | 單位預算 | 臺務業務活動 | 3,000 | 亞普達國際商務電子股份有限公司 | 鼓勵民眾藉由聲音故事館展館內容學習廣播技巧。 | Instagram | |
| 7. 教育電臺 | 廣播聲音教育、樂齡節目推播 | | 111.6.1-111.6.30 | 推廣組 | 單位預算 | 臺務業務活動 | 857 | Line(台灣連線股份有限公司) | 推廣廣播教育、教育電臺銀髮與官網節目。 | Line | |
| 8. 教育電臺 | 教育電臺官網60天隨選收聽 | | 111.6.10-111.6.23 | 推廣組 | 單位預算 | 臺務業務活動 | 14,000 | 亞普達國際商務電子股份有限公司 | 鼓勵民眾使用教育電臺官網收聽節目。 | Facebook | |
| 9. 教育電臺 | 金聲獎直播宣傳影片 | | 111.6.30-111.7.4 | 節目組 | 單位預算 | 臺務業務活動 | 0 | 好思特創意有限公司 | 推廣教育電臺金聲獎—校園廣播節目競賽頒獎典禮直播活動，凝聚師生對活動之關注力。 | Facebook | 預計於111年7月支付。 |

備註：111年4-6月本部及所屬機關(構)於網站公告之宣導執行金額1,030萬7,702元，與本表執行金額同。