

教育部主管(含基金、財團法人)111年度第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							19,384,802				
教育部小計							5,458,954				
1. 教育部	「MUSE大玩家-探索知識COOL」	網路	111.7.1-111.9.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	191,000	國立科學工藝博物館	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@	
2. 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	2,046	上品生活科技股份有限公司	梗圖文案徵件投稿踴躍，社會組與青少年組共投稿417件。	Facebook	
3. 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	8,064	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及Instagram	
4. 教育部	教育家網站	網路	111.3.10-112.3.9(7至9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。	教育家網站	
5. 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(7至9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	145,000	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	
6. 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	49,347	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。	「2022台灣高等教育線上博覽會」7、9月Google Ads廣告投放費用、掛稿服務費	

教育部主管(含基金、財團法人)111年度第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. 教育部	臺灣國際學生創意設計大賽	網路	111.6.27-111.7.14	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	57,750	恩克斯網路科技股份有限公司	獎金獵人網路平台，為全台最大競賽入口平台，會員多為18-34歲年齡層，超過70間大專院校密切合作。	獎金獵人網路平台	
			111.3.1-111.11.30				120,000	橙良有限公司	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。而藉由參與設計競賽，得以讓莘莘學子們翻轉人生機會。	Facebook、Instagram	
8. 教育部	111年自學進修專科學校學力鑑定考試事項及簡章	平面	111.7.25-111.7.27	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	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	
9. 教育部	職業試探展活動Facebook宣傳	網路	111.1.1-111.12.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	23,000	國立高雄科技大學	聘用人力製作圖文素材、EDM，利用技職動起來粉絲專頁、活動網站，推廣各項行銷內容，期能透過社群媒體達到宣導效益。	Facebook、技職大玩JOB網站	
10. 教育部	職業試探展KOL體驗宣傳	網路	111.4.1-111.12.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	65,000	國立高雄科技大學	透過KOL、親子部落客參觀展覽或網站，產出圖文或短片，吸引粉絲至展場參觀體驗。	Facebook、來飽寶家ba部落格平台	
11. 教育部	技職達人特寫	網路	111.5.1-111.12.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	20,000	國立高雄科技大學	透過多元職群技職人才的採訪文章，如技職之光、技職國手，提升大眾對於不同職業人才的了解，並提供學生對未來科系選擇和職業探索方向。	Facebook、技職大玩JOB網站	
12. 教育部	技職點點名直播訪談	網路	111.6.1-111.12.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	12,000	國立高雄科技大學	國家產學大師直播訪談，深入淺出分享人生閱歷和即時技職科系相關問答，提供學生對未來科系選擇和職業探索方向。	Facebook、技職大玩JOB網站	
13. 教育部	設計祖父母節記者會暨園遊會宣導圖文	網路	111.8.18-111.8.28	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	1,987	上品生活科技股份有限公司	記者會暨園遊會預期至少1,000人次參加。	教育部「終身學習e起來」Facebook粉絲專頁、家庭教育資源網	

教育部主管(含基金、財團法人)111年度第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
14. 教育部	第八屆教育部閩客語文學獎	網路、廣播	110.10.1-111.8.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	45,000	中略國際行銷股份有限公司	透過網路媒體宣傳文學獎活動，並播放宣傳影片。再經過廣播宣傳，觸及更多關心本土語言的民眾。	Facebook、講客電臺	
15. 教育部	公費留學考試	廣播	111.8.1-111.8.9	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	1,500	國立教育廣播電臺	增加留考報名人數。	國立教育廣播電臺	
16. 教育部	111學年度中區免試入學招生宣導	廣播	110.12.1-111.8.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	180,000	111學年度中區五專聯合免試入學招生委員會	增加中部地區國中畢業生及家長認識中區五專各委員學校的招生特色、提高報名意願，進而增加中區五專整體報名人數。	城市廣播網-大苗栗廣告事業股份有限公司	110年度預算
17. 教育部	111學年度南區五專免試入學招生宣傳	廣播	110.12.1-111.8.31	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	111學年度南區五專聯合免試入學招生委員會	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	110年度預算
18. 教育部	111學年度北區、優先免試入學招生宣導	平面	110.11.1-111.8.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	203,000	技專校院招生委員會聯合會	藉由報章廣告宣傳，使學生及家長更瞭解五專。	聯合報	110年度預算
		網路	110.11.1-111.8.31				120,000			Google、Yahoo、Facebook	110年度預算
19. 教育部	0-6歲國家一起養	平面	111.8.5	綜合規劃司	單位預算	一般行政	98,000	中國時報文化事業股份有限公司	透過平面廣告宣傳，預估達到260,000人觀看效益。	中國時報	
20. 教育部	MUSE大玩家-國立社教機構及文化機構111年度暑假活動	平面	111.8.12				98,000	臺灣時報社股份有限公司	透過平面廣告宣傳，預估達到120,000人觀看效益。	臺灣時報	
21. 教育部	技職大玩JOB-職業試探主題常設展	平面	111.8.13								
22. 教育部	友善育兒環境	廣播	111.7.1-111.8.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	91,457	聯合線上	透過網路、平面、廣播等各式通路宣傳友善育兒環境所投注的資源，希望能提升國家的生育率。	中廣雙網聯播-流行網、新聞網	
		網路					270,000	三立電視		Youtube-影片前導廣告 Youtube-行動版	

教育部主管(含基金、財團法人)111年度第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
23. 教育部	我和我的孩子親職教育手冊宣傳	網路	111.8.1-111.12.31(合計6次)	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	500,000	國立空中大學	製作1支宣導動畫並與3位KOL於臉書網路合作貼文分享，期有效觸及家長運用手冊，增進親職教養、家人互動與家庭生活知能。	Facebook、Youtube	
24. 教育部	112年表揚本土語言傑出貢獻獎徵件活動	廣播	111.8.1-111.10.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	16,000	傳動數位設計有限公司	透過廣播廣告於好事聯播網輪播30秒總檔次達55次之國、閩客、廣播音檔，期能擴增徵件領域及徵件數。	好事聯播網(大台北、中彰投、花東)	
		12,000					透過發佈新聞稿於6個平面媒體，期能擴增徵件領域及徵件數。		中央社、Yahoo、中時、蘋果、Hinet、台灣好新聞		
		2,000					透過FB網路發佈徵件EDM及相關訊息，期能擴增徵件領域及徵件數。		教育部「終身學習e起來」Facebook粉絲專頁及相關Facebook社群		
25. 教育部	交通安全	網路	111.9.1-111.9.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	80,000	聯合線上	透過Youtube投放交通安全影片，達到預估觀看100,000次人數的傳播效益。	Youtube	
		電視					0	三立電視	透過三立家族電視頻道強力播放，注意交通安全的影片，預估達約50檔次的播放。	三立新聞台、三立財經台、三立台灣台、三立都會台、三立MTV台	廠商回饋
26. 教育部	校園防疫	電視	111.8.1-111.9.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	200,000	三立電視	拍攝校園防疫影片，並配上15種語言版本，在各電視台的防疫徵用頻道中強力推播，讓大家了解校園防疫的重點，並說明在全民防疫的時期，學校方面並不缺席。	各電視台防疫徵用頻道(共製作15種語版)	
				國際及兩岸教育司		國際及兩岸教育交流	200,000				
27. 教育部	敬師月	網路	111.9.1-111.9.30	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	80,000	聯合線上	透過Youtube投放敬師月影片，達到預估觀看100,000次人數的傳播效益。	Youtube	
							360,000	三立電視	透過Google影音聯播網投放敬師月影片，達預估觀看6萬次人數的傳播效益。	Google影音聯播網	
28. 教育部	數位教育	網路	111.9.1-111.9.30	資訊及科技教育司	單位預算	資訊與科技教育行政及督導	80,000	聯合線上	透過Youtube投放數位教育影片，達到預估觀看10萬次人數的傳播效益。	Youtube	

教育部主管(含基金、財團法人)111年度第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
29. 教育部	1953反霸凌專線	平面	111.9.1-111.9.30	綜合規劃司	單位預算	一般行政	42,000	臺灣醒報股份有限公司	透過平面廣告宣傳，讓1953反霸凌專線能有更廣泛的訊息傳遞。	台灣醒報	
30. 教育部	全國登山日	平面	111.9.8				70,000	臺灣中華日報社股份有限公司	透過平面廣告宣傳，達到鼓勵國人登山、認識山林之效益。	中華日報	
31. 教育部	改善校園環境	電視	111.6.1-111.9.30	資訊及科技教育司	單位預算	資訊與科技教育行政及督導	1,550,000	民視文化	透過網路、電視等通路宣傳改善校園環境所投注的資源，希望透過宣導影片的播放，讓大眾知道本部在改善校園環境包含班班有冷氣、生生用平板、及有熱騰騰的午餐可享用等。	民視新聞台、民視無線台、民視英語新聞	
國民及學前教育署小計							2,022,039				
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(教育丸子)學生學習相關主題、科系介紹共6篇；冷知識分享9篇；情感教育共4篇；心理輔導共7篇	網路	111.7.1-111.9.30	高中組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	22,514	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(教育丸子)2022年度線上直播課程報名宣傳	網路	111.7.7-111.7.14、111.9.1-111.9.6	高中組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	57,000	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	111年度國民小學及國民中學學生學習扶助績優人員頒獎典禮宣傳	網路	111.9.1-111.9.30	國中小組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	90,000	國立臺南大學	透過自立晚報網站宣傳學習扶助績優人員頒獎典禮，達推廣效益。	自立晚報網站	
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	網路、廣播	111.7.1-111.9.30	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年度第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	0-6歲國家一起養育兒補助8月再升級	網路	111.8.1起	學前教育組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	304,800	台灣家長教育聯盟	提供民眾知悉育兒津貼最新政策資訊。	Youtube	影片製作費用
		網路	111.8.10起	學前教育組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	34,125	在不在實業社	透過動畫傳達育兒津貼最新政策資訊。	Youtube	影片剪輯費用
6. 國教署	111年特殊教育專刊	平面	111.7.1-111.7.31、111.8.5、111.8.12、111.8.19、111.8.26、111.9.2、111.9.9、111.9.16、111.9.23、111.9.30	原民特教組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	228,200	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	
7. 國教署	0-6歲國家和你一起養-育兒補助	廣播	111.7.1-111.7.31	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	180,000	聯合線上	結合地區的中小功率電台，整合當地的自製節目而形成聯播網，讓台灣多數地方都可收聽得到該則廣播廣告。	快樂聯播網(台中望春風電台)	
8. 國教署	中央廚房大帶小熱騰騰午餐準時到	網路	111.8.1-111.8.31	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	90,000	三立電視	透過Youtube桌機版及行動版投放午餐廚房影片，達到預估觀看各50,000次人數的傳播效益。	Youtube	

教育部主管(含基金、財團法人)111年度第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
9. 國教署	友善育兒環境	平面	111.8.1-111.8.31	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	287,500	民視文化	透過網路、平面、廣播等各式通路宣傳友善育兒環境所投注的資源，希望能提升國家的生育率。	自由時報	
							0	聯合線上		經濟日報、聯合報	廠商回饋
		0	聯合線上、民視文化				中廣流行網、好事聯播網	廠商回饋			
		110,400	民視文化				自由電子報(內文廣告)				
		0	民視文化、聯合線上、三立電視				新聞大看板Banner連結、LINE TODAYBanner連結、好事聯播網Banner連結、寶島聯播網/寶島新聲電台、民視新聞網訊息文字、民視官網廣告BANNER連結、聯合報系粉絲團、聯合報系/文字紀錄、聯合新聞網/PC版圖文廣告、聯合新聞網/行動版圖文廣告、Google聯播網、三立新聞網Mobile、三立新聞網(PC)、粉絲團PO文或轉分享、三立新聞網網路訊息露出	廠商回饋			
10. 國教署	改善校園環境	電視	111.9.1-111.9.30	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	367,500	三立電視	透過網路、電視等通路宣傳改善校園環境所投注的資源，希望透過宣導影片的播放，讓大眾知道本部在改善校園環境包含班班有冷氣、學生用平板、及有熱騰騰的午餐可用等。	三立新聞台(專題)	
		100,000						YouTube			
		0						三立新聞台、三立財經台、三立台灣台、三立都會台、三立MTV台、三立iNEWS、東森綜合、東森新聞、東森財經、超視、緯來綜合、年代新聞、壹新聞、民視新聞、TVBS新聞、TVBS綜合台		廠商回饋	

教育部主管(含基金、財團法人)111年度第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							11,326,900				
1. 體育署	學生水域安全宣導	網路	111.7.1-111.8.8	學校體育組	單位預算	體育教育推展	581,500	啟示廣告公司	透過觀看動畫影片提升受眾對於水域安全的認知，並學會遭遇溺水時，該如何正確救溺。	Facebook Instagram Youtube	另主視覺設計、活動網頁設計及建置粉絲團貼文共計11萬元，為廠商回饋。
2. 體育署	111年全國登山日推廣計畫	網路	111.8.1-111.10.31	全民運動組	單位預算	體育教育推展	460,400	台灣山岳報導有限公司	鼓勵國人自主參與登山運動，推展全民登山理念，並強化登山安全知能及觀念推廣，俾使民眾安全登山，樂在山林。	全國登山日網頁、Facebook	
3. 體育署	身心障礙運動推廣-線上活動資訊露出	網路	111.9.20-111.9.30	全民運動組	單位預算	體育教育推展	20,000	太乙媒體事業有限公司	提升身心障礙者接收運動資訊度，提高建立規律運動習慣之可能性；並藉此提升國人對於身心障礙者運動權之認識。	Google、Yahoo、Youtube、Facebook、Instagram、Line	
4. 體育署	線上媒合會宣傳-104人力銀行APP廣告	網路	111.7.4-111.7.17	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	102,500	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。	104人力銀行APP	
	整體計畫宣傳-宣傳短片、Youtube廣告	網路	111.6.30-111.7.17				362,000			「運動好人才企業動起來」計畫網頁、Facebook粉絲專頁、Youtube	
5. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳	網路	111.7.13-111.8.2	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	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	111.7.1-111.7.31							緯來體育台、緯來精采台	
	國內運動賽事露出	電視	111.7.11-111.7.30							東森家族、民視家族	
		網路	111.7.21-111.7.30							Youtube	
6. 體育署	111年全國室外拔河錦標賽暨2022世界室外錦標賽國手選拔賽	網路	111.4.25-111.5.1	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	120,000	中華民國拔河運動協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度。	Facebook	

教育部主管(含基金、財團法人)111年度第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	整體計畫宣傳-故事報導	網路	111.8.8	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	26,500	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。	今周刊官網	
8. 體育署	體育表演會-30秒CF廣告	網路	111.8.19-111.8.31	全民體育組	運動發展基金	非亞奧運及基層運動人才培育計畫	266,000	貝立德股份有限公司	為響應國民體育日三免費一優惠政策，其中一項免費為體育表演會活動免費參與，並同步轉播，為提升民眾活動參與率及轉播收視率，因而進行廣告託播。	Youtube、OneAD	
9. 體育署	運動企業認證徵件宣傳媒體露出	平面	111.7.1-111.7.31	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	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。	《哈佛商業評論》全球繁體中文版7月號	廠商回饋
10. 體育署	「運動i臺灣2.0」原住民族專案資訊露出	網路	111.7.29	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」	
11. 體育署	111年全國總統盃曲棍球錦標賽	網路	111.7.21-111.7.26	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	65,000	中華民國曲棍球協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度。	Facebook、Youtube	
12. 體育署	第3屆全國中小學空手道對抗賽	網路	111.8.6-111.8.14	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	210,000	中華民國空手道協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度。	Facebook、Youtube	
13. 體育署	國民體育日	網路	111.9.1-111.9.30	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	90,000	三立電視	透過Youtube桌機版及行動版投放國民體育日影片，達到預估觀看50,000次人數的傳播效益。	Youtube	
14. 體育署	「運動i臺灣2.0」體適能檢測資訊露出	網路	111.9.21	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」	
	國民體育日圖文推廣訊息	網路	111.9.9、111.9.16				16,000				
	全國登山日圖文推廣訊息	網路	111.9.5				8,000				
	國民體育日線上懶人包	網路	111.9.1-111.10.2				12,000				

教育部主管(含基金、財團法人)111年度第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
15. 體育署	整體計畫宣傳-故事報導	網路	111.9.1、111.9.22	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	53,000	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。	今周刊官網	
16. 體育署	國民體育日-30秒CF廣告	電視	111.9.1-111.9.17	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	3,600,000	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。	中視、民視、東森家族、八大家族、三立家族、TVBS家族、福斯家族、Eleven Sports家族、緯來家族、探索家族、年代家族、非凡家族	
	體育表演會-30秒CF廣告	電視	111.9.1-111.9.17				2,400,000				
17. 體育署	國民體育日	網路	111.9.7-111.9.9	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	820,000	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。	自由時報電子報、中時新聞網、台灣時報新聞網、信傳媒	
	國民體育日-30秒CF廣告	網路	111.9.1-111.9.11				317,000				
18. 體育署	體育表演會	網路	111.9.6-111.9.17	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	470,000	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。	聯合新聞網、東森新聞網	
	體育表演會-30秒CF廣告	網路	111.9.1-111.9.16				317,000				
19. 體育署	國民體育日-30秒CF廣告	網路	111.8.25-111.9.11	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。	Facebook廣告投放	廠商回饋
20. 體育署	體育表演會-30秒CF廣告	網路	111.8.17-111.9.16	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	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。	Facebook廣告投放	廠商回饋

教育部主管(含基金、財團法人)111年度第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
21. 體育署	運動企業認證宣傳媒體露出	平面	111.9.1-111.9.30	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	90,000	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	
22. 體育署	運動企業認證宣傳媒體露出	廣播	111.9.2-111.9.30	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	0	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。	Apple Podcasts《請聽，哈佛管理學》	廠商回饋
23. 體育署	體育表演會媒體露出	網路	111.9.1-111.9.17	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	130,000	名衍行銷股份有限公司	提升國人對於體育署推動國民體育日知曉度及辨識度。	Yahoo新聞、HiNet生活誌、Line TV、NOWnews、聯合報網、中時新聞網	
	國民體育日媒體、影音露出	網路	111.9.1-111.9.20				70,000				
青年發展署小計							284,400				
1 青年發展署	111年創創大學堂計畫-第四場創創沙龍報名事宜	網路	111.7.14-111.8.3	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
2 青年發展署	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	19,400	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、GDN廣告、Dcard、104人力銀行	
3 青年發展署	青年海外志工培訓工作坊及交流沙龍		111.7.1-111.7.31	國際及體驗學習組	單位預算	青年國際及體驗學習	15,000	願景青年行動網協會	透過於臉書刊登活動訊息，以廣為周知，並便利青年報名參與活動。	Facebook	
4 青年發展署	青年署官方Instagram		111.9.29-111.10.4	綜合規劃及生涯輔導組	單位預算	青年生涯輔導	0	Meta	增加青年署Instagram曝光度及追蹤人數。	Instagram	預計於111年10月支付。
5 青年發展署	111年創創大學堂計畫-第五、六場創創沙龍報名事宜		111.9.19-111.9.27	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
6 青年發展署	青年好政系列-Let's Talk宣導		111.7.1-111.8.18	公共參與組	單位預算	青年公共參與	250,000	天下雜誌股份有限公司	期望透過宣傳曝光鼓勵各界多元背景青年參加Let's Talk線上直播討論，後續並持續推廣相關成果影片及線上特稿，以觸動更多青年關心公共議題。	Facebook、聯播網廣告(GDN)、Dcard、Cheers網站	

教育部主管(含基金、財團法人)111年度第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
國立教育廣播電臺小計							38,409				
1. 教育電臺	教育電臺樂齡活動、Podcast、兒童節目推薦	網路	111.7.1-111.7.31	推廣組	單位預算	臺務業務活動	856	Line (台灣連線股份有限公司)	鼓勵民眾參與教育電臺活動與收聽兒童節目。	Line	
2. 教育電臺	教育電臺暑期活動、官網新節目推薦、Channel+兒童節目推薦		111.8.1-111.8.31	推廣組	單位預算	臺務業務活動	2,734	Line (台灣連線股份有限公司)	鼓勵民眾收聽教育電臺新節目與參與活動。	Line	
3. 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	18,000	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	
4. 教育電臺	教育電臺廣播遊學活動、官網新節目推薦、Channel+兒童節目推薦及聲音故事館線上展場推廣		111.9.1-111.9.30	推廣組	單位預算	臺務業務活動	1,819	Line (台灣連線股份有限公司)	推廣教育電臺聲音故事館，並鼓勵民眾收聽教育電臺新節目與參與活動。	Line	
5. 教育電臺	親子共學—小蕃薯偵探隊節目宣傳		111.9.8-111.9.19	推廣組	單位預算	臺務業務活動	12,000	亞普達國際商務電子股份有限公司	鼓勵民眾使用Channel+收聽今年度新增親子節目。	Facebook	
6. 教育電臺	推廣親子頻道線上收聽		111.9.13-111.9.22	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	鼓勵民眾使用親子頻道線上親子共學資源。	Facebook	
7. 教育電臺	寶島美術館節目宣傳	平面	111.9.1-111.9.30	節目組	單位預算	臺務業務活動	0		推廣臺灣美術廣播節目，擴大節目收聽，提升聽眾台灣語文與美術欣賞能力。	《藝術家》雜誌	教育電臺與財團法人創價文教基金會合作製播「寶島美術館」廣播節目，該節目製播及相關宣傳費用皆係由該合作基金會支應。

教育部主管(含基金、財團法人)111年度第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
財團法人大學入學考試中心基金會小計							254,100				
1. 財團法人大學入學考試中心基金會	111學年度分科測驗試務說明	網路	111.5.24-111.12.31	研究發展處	財團法人預算	業務費-考試支出	254,100	光房子創意整合行銷有限公司/途遇影像工作室	透過影片讓高中師生、家長及社會大眾更了解首次施測的111學年度分科測驗的考試科目、測驗目標、試卷架構及準備方向。	大學入學考試中心官網、Youtube、Line	
	111學年度分科測驗簡介-歷史考科										
	111學年度分科測驗簡介-地理考科										
	111學年度分科測驗簡介-公民與社會考科										
	111學年度分科測驗簡介-數學甲考科										
	111學年度分科測驗簡介-物理考科										
	111學年度分科測驗簡介-化學考科										
	111學年度分科測驗簡介-生物考科										
							嵐雅影視傳播有限公司/大眾整合行銷有限公司				

備註：111年7-9月本部及所屬機關(構)、財團法人於網站公告之宣導執行金額1,938萬4,802元，與本表執行金額同。