

教育部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年第3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	預期效益	刊登或託播對象	備註
總計								34,107,872				
教育部小計								11,727,234			以111年度預算支應：312,500元 以112年度預算支應：11,414,734元	
1. 教育部	112學年度海外聯合招生計畫	補助海外聯合招生委員會執行112學年度海外聯合招生計畫	網路	112.4.1-113.3.31	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	4,377	海外聯合招生委員會	推廣「澳門四校聯考成績上傳」及【不拿秘笈、不入武林】臺灣升學講座活動，提醒報名學生登錄及上傳四校聯考成績，以提高錄取率及報到率；增加臺灣高等教育曝光率，吸引學生觀看升學講座，並強化學生赴臺意願。	Facebook	
								22,136		推廣及宣傳「2023澳門臺灣高等教育暨臺式文創小食嘉年華」及「2023印尼臺灣高等教育展」兩場招生宣導活動，內容含活動日期、地點、參展學校陣容、講座時段、展場活動等活動資訊，並鎖定招生目標族群進行廣告投放，藉由資訊曝光與觸及，吸引更多同學、家長與老師前往參與活動，提升活動辦理效益。另推廣港澳新生入學簽證辦理相關流程及注意事項貼文，輔導新生順利來臺就學。	Facebook	
								44,100		1. 寄送研究所招生海報至國內各大學校院，以提供有意繼續升讀研究所僑生及港澳生相關報名資訊，增進對報名管道之了解。 2. 於海外聯合招生委員會官網研究所專區同步刊登研究所招生報名資訊。	海外聯合招生委員會官網	
2. 教育部	高等教育深耕計畫	以行政指示方式委請國立教育廣播電臺辦理112年高等教育廣播節目計畫	廣播	112.7.1-112.12.31	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	148,200	國立教育廣播電臺	為使大眾瞭解高等教育深耕計畫及大專校院辦學成果，委請國立教育廣播電臺製播專屬「高教耕我來」節目，邀請學校訪談分享計畫成效與辦學成果，有助於提升學生、家長及各界認識大專校院辦學現況。	國立教育廣播電臺	

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
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	112.7.1-112.9.30	高等教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	246,000	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最佳實務的交流平台。另透過建立高教創新Youtube頻道定期更新相關資訊，以社群或數位宣傳方式增加曝光度，讓更多民眾有機會接觸並瞭解高等教育領域動態資訊。	高教創新Youtube頻道	
4. 教育部	技職動起來Facebook宣傳	行政協助委請國立高雄科技大學辦理112-113年度職業試探體驗主題常設展聯合行銷計畫	網路	112.7.1-112.9.30	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	193,341	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活動網站	
5. 教育部	112年自學進修專科學校學力鑑定考試事項及簡章	112年自學進修專科學校學力鑑定考試事項及簡章	平面	112.7.24-112.7.26	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	
6. 教育部	教育家網站	以政府採購法委託教育家網站辦理112年教育家網站採購案	網路	112.4.12-113.4.11 (涵蓋期程) 112年第3季計12次 (刊登次數)	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導	151,050	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	
7. 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	112.1.1-112.12.31 (涵蓋期程) 112年第3季計14次 (廣播次數)	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導	192,999	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，並促進社會對教育之瞭解與參與等。	國立教育廣播電臺	
8. 教育部	婚姻教育數位學習資源推廣宣傳	以政府採購法委託中國文化大學辦理研製「教育部婚姻教育數位學習資源」勞務採購案	網路	112.6.19-112.12.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	283,000	中國文化大學	結合數位學習資源方式，藉由相關媒體宣傳推廣，提供大眾有效與快速獲得所需婚姻教育知能。	Facebook、Youtube、Instagram	以111年度預算支應(跨年度計畫)

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
9. 教育部	112年度教育部「祖父母節全國性活動」採購案	以政府採購法委託傳動數位設計印刷有限公司辦理「112年度教育部『祖父母節全國性活動』採購案」	網路	112. 7. 1-112. 7. 31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	70,000	傳動數位設計印刷有限公司	透過教育部(含所屬單位及機關學校)Facebook粉專，推廣祖父母節相關活動徵件宣導，提升民眾重視祖父母節代間互動並鼓勵投稿。	Facebook、獎金獵人創意競賽平臺、親子相關社群媒體、Google關鍵字、聯播網、KOL/網紅宣傳	
				112. 8. 1-112. 8. 31				3,000		透過教育部(含所屬單位及機關學校)Facebook粉專，推廣祖父母節舉辦全國記者會及徵件頒獎典禮暨園遊會等相關宣導活動，提升民眾對祖父母節的重視，進而強化世代連結及代間共學。	Facebook、教育部家庭教育資源網、Line	
10. 教育部	112年8月閩南語語言能力認證考試相關宣傳	以政府採購法委託國立臺灣師範大學辦理「112年閩南語語言能力認證試務工作採購案」	網路	112. 7. 1-112. 9. 30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	88,908	國立臺灣師範大學	透過網路媒體周知考試活動，以鼓勵全民參與閩南語認證考試，期保存及推廣閩南語文。	Line	
11. 教育部	「MUSE大玩家-漫遊博物島」活動	以行政指示委請國立自然科學博物館辦理國立社教機構及文化機構聯合行銷計畫	網路	112. 6. 20-112. 9. 30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	120,000	國立自然科學博物館	透過網路媒體鼓勵親子參與「MUSE大玩家-漫遊博物島」活動。	Facebook、Line	
12. 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112年法治教育廣播節目「超級公民GO」計畫	廣播	112. 1. 1-112. 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	112,749	國立教育廣播電臺	透過教育廣播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	
13. 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	112. 1. 1-112. 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	89,976	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	
								2,500		劉○均	透過節目，使民眾了解數位網路性別暴力防治相關知能，包括數位/網路性別暴力常見的態樣、遇到數位/網路性別暴力怎麼辦，以及數位/網路性別暴力防治之相關宣導資源等。	國立教育廣播電臺

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
14. 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廣播節目「特別的愛」	廣播	112.1.1-112.12.31	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	160,800	國立教育廣播電臺	透過教育廣播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	
15. 教育部	廣播節目「生命教育」	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	112.1.1-112.12.31	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	117,866	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	
16. 教育部	廣播節目「全民國防教育」	以政府採購法委請漢聲廣播電臺辦理廣播節目「全民國防教育」	廣播	112.6.5-112.8.30	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	100,000	漢聲廣播電臺	使各縣市及學校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	
17. 教育部	112年度TaiwanGPS第2場雙學人經驗分享會	以政府採購法委請銘傳大學辦理112年教育部「海外人才經驗分享及國際連結」計畫採購案	網路	112.7.29-112.12.31	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	63,200	銘傳大學	宣傳百大獎學金、公費留學考試及留學獎學金甄試，提升報考人數，鼓勵學生出國留學。	海外人才經驗分享及國際連結計畫Facebook及官網	
18. 教育部	112年度TaiwanGPS第3場雙學人經驗分享會			112.8.26-112.12.31				63,200		宣傳百大獎學金、公費留學考試、留學獎學金甄試及博後申請注意事項，提升報考人數，鼓勵學生出國留學。		
19. 教育部	112年度TaiwanGPS第4場雙學人經驗分享會			112.9.16-112.12.31				63,200		宣傳留學獎學金甄試及公費留學考試，提升報考人數，鼓勵學生出國留學。		
20. 教育部	112年度TaiwanGPS第3場留遊學說明會			112.8.12-112.12.31				94,800		宣傳公費留學考試及留學獎學金甄試，提升報考人數，鼓勵學生出國留學。		
21. 教育部	112年度TaiwanGPS第4場留遊學說明會			112.9.2-112.12.31				94,800		宣傳留學獎學金甄試、公費留學考試及學海計畫，提升報考及報名人數，鼓勵學生出國留遊學。		

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
22. 教育部	宣傳國家防災日	以政府採購法委託辰熹創意整合有限公司辦理「防災總動員系列活動及防災教育推廣計畫」	網路	112.7.1-112.10.31	資訊及科技教育司	單位預算	資訊及科技教育行政及督導	400,000	辰熹創意整合有限公司	利用網路媒體拍攝國家防災日宣導影片，以增進國人提升防災相關知識。	Youtube	
23. 教育部	第九屆教育部閩客語文學獎活動計畫相關宣傳	以政府採購法委託遠景出版事業有限公司辦理「第九屆教育部閩客語文學獎活動計畫」採購案	廣播、平面、網路	112.8.25-112.10.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	45,000	遠景出版事業有限公司	透過廣播、平面及網路媒體周知文學獎徵文活動，以鼓勵全民參與本土語言文學創作，期保存及推廣閩、客語文學。	廣播(正聲廣播電臺、快樂聯播網、綠色和平廣播電臺、漢聲廣播電臺、講客廣播電臺) 平面(海翁文學、客家雜誌、文訊) 網路(獎金獵人、方格子、點子秀、遠景文學網)Facebook	
24. 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「教育部表演藝術教育線上觀摩展演平臺建置與經營計畫」	網路	112.9.1-112.9.7	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	29,500	國立臺灣藝術大學	進行Facebook與Instagram廣告投放，導流至藝秀臺網站，廣告觸及數(曝光)6萬5,026次，連結點擊數1,521次。	Facebook、Instagram	以111年度預算支應(跨年度計畫)
25. 教育部	教師節敬師影片	以政府採購法委託方成事股份有限公司辦理112年度「教師節敬師影片」採購案	網路	112.9.1-112.9.30 (涵蓋期程) 112年第3季計3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	400,000	方成事股份有限公司	Youtube影片觀看數達10萬人次。	Youtube	
26. 教育部	敬師月教師節專刊	以政府採購法委託財團法人國語日報社辦理112年敬師月教師節專刊採購案	平面	112.9.28	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	84,000	財團法人國語日報社	提振教師專業精神，喚起社會大眾尊師重道的精神及發揚尊師重道優良傳統。	國語日報	
27. 教育部	第1屆終身學習節暨啟動記者會	以行政指示委請國立臺灣科學教育館辦理「『第1屆終身學習節』暨112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	112.9.28-112.12.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	59,600	國立臺灣科學教育館	透過設置活動一頁式網頁，提供大眾直覺瀏覽、有效且快速獲取有關第1屆終身學習節相關資訊，以鼓勵民眾參與。	第1屆終身學習節一頁式網頁	

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
28. 教育部	2023第四屆臺灣科學節活動相關宣傳	以行政指示委請國立科學工藝博物館辦理臺灣科學節專案辦公室(111-114年度)計畫	網路	112.9.1-112.11.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	6,296	國立科學工藝博物館	透過網路媒體鼓勵親子及年輕客群參與「2023年第四屆臺灣科學節」活動。	Facebook、Instagram	
29. 教育部	教育部113年表揚推展本土語言傑出貢獻獎徵件宣傳	以政府採購法委託傳動數位設計印刷有限公司辦理教育部113年表揚推展本土語言傑出貢獻獎採購案	網路	112.9.1-112.10.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	36,000	傳動數位設計印刷有限公司	透過網路媒體周知徵件活動，以鼓勵各界參與推薦事宜，期以獎勵表揚長期對於本土語言付出及貢獻者。	中央社、中時電子報、蘋果新聞網、Yahoo新聞、Line Today、勁報	
			廣播					24,000		透過廣播媒體周知徵件活動，以鼓勵各界參與推薦事宜，期以獎勵表揚長期對於本土語言付出及貢獻者。	好事聯播網	
30. 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	112.1.1-112.12.31	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	58,933	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	
31. 教育部	教育部112年度反毒反詐手牽手-幸福快樂GO-全國反毒活動	以行政指示方式委請教育部臺南市聯絡處辦理教育部112年度反毒教育特展	平面、廣播、網路	112.9.1-112.9.30	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	600,000	教育部臺南市聯絡處	為展現中央部會、地方政府及民間團體共同合作執行「新世代反毒策略」及「新世代打擊詐欺策略行動綱領」相關成果，教育部邀請臺南市各局處、教育部各縣市聯絡處、民間團體、教育部生命教育中心參與，凝聚社會大眾拒毒打詐共識，並表達政府的決心與能量。	中廣廣播、東森電視台、南天地方有線電視、中國時報、ETtoday、中華日報、聯合報、自由時報、中國時報、新永安、中嘉新聞、古都電台、城市廣播、勁報、大成報、主流傳媒、大聲傳媒、視傳媒、台灣好新聞、波新聞、民眾日報	
32. 教育部	SIT海外整體宣傳-Google廣告	部分補助112年度財團法人高等教育國際合作基金會工作計畫	網路	112.9.1-112.9.30	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	250,000	財團法人高等教育國際合作基金會	促進國際教育交流，吸引國際學生來臺就學。	全球新聞網站，如美聯社、紐約每日新聞、舊金山新聞網站、美國新聞與世界報導、丹佛郵報、時代、芝加哥論壇報等	
33. 教育部	大專校院學生從事旅宿業暑假職場體驗獎勵方案	以政府採購法委託三立電視股份有限公司辦理112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.6.1-112.7.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	150,000	三立電視股份有限公司	透過Google關鍵字網路投放大專生旅宿業體驗宣導，讓該活動能更獲得學生族群的關注。	Google關鍵字	
34. 教育部	0-6歲國家一起養、反詐騙	以政府採購法委託臺灣時報社股份有限公司辦理0-6歲國家一起養、反詐騙宣導採購案	平面	112.7.1-112.7.31	新聞工作小組	單位預算	一般行政	98,000	臺灣時報社股份有限公司	透過報紙廣告，提醒家長育兒津貼相關訊息，以及留意孩子不受詐騙。	臺灣時報	

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
35. 教育部	教育部 Instagram 經營	以政府採購法委託士奇傳播整合行銷股份有限公司辦理112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.4.1-112.8.31	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	220,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	透過Instagram社群貼文及分享達到教育部政策宣導績效。	Instagram	
					技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	220,000				
36. 教育部	3-8月教育部Line素材文宣設計	以政府採購法委託民視文化事業股份有限公司辦理112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.3.1-112.8.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	250,000	民視文化事業股份有限公司	透過Line官方帳號社群行銷經營方式宣傳，推廣教育部教育政策、家庭教育等。	Line官方帳號	
37. 教育部	反詐騙平面宣傳	以政府採購法委託民視文化事業股份有限公司辦理112年度教育政策文宣通路採購案	平面	112.8.1-112.8.31	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	575,000	民視文化事業股份有限公司	透過平面通路宣傳反詐騙，希望透過平面報紙的廣告刊登，提升大專校院防詐騙意識。	自由時報	
38. 教育部	學生網路反詐騙	以政府採購法委託中國時報文化事業股份有限公司辦理學生網路詐騙宣導採購案	平面	112.8.1-112.8.31	新聞工作小組	單位預算	一般行政	98,000	中國時報文化事業股份有限公司	透過報紙廣告，提醒家長留意孩子不受詐騙。	中國時報	
39. 教育部	Facebook 社群經營	以政府採購法委託士奇傳播整合行銷股份有限公司辦理112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.3.1-112.9.30	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	100,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	透過Facebook社群貼文及分享達到教育部政策宣導績效。	Facebook	
					技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	100,000				
					終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	100,000				
					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	100,000				
					資訊及科技教育司	單位預算	資訊與科技教育行政及督導	100,000				
40. 教育部	互動式網站設計製作(前期企劃設計開發)	以政府採購法委託民視文化事業股份有限公司辦理112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.8.1-112.9.30	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	300,000	民視文化事業股份有限公司	建置並透過互動式網站進行網路互動，並從中達到教育部重點政策的宣導效果。	互動式網站	
					技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	100,000				

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
41. 教育部	敬師月	以政府採購法委託民視文化事業股份有限公司、士奇傳播整合行銷股份有限公司及三立電視股份有限公司辦理112年度教育政策文宣通路採購案	電視	112.9.1-112.9.30	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導	1,987,500	民視文化事業股份有限公司	透過電視、網路、廣播等通路宣傳敬師月，希望透過宣導影片的播放，感謝教學現場教師夥伴辛勞，並表達對教師之敬意與謝意。	民視新聞台、三立新聞台、TVBS、東森新聞台、年代新聞台、壹新聞、東森綜合台、緯來日本台	
								0				
								0	士奇傳播整合行銷股份有限公司			
								0	三立電視股份有限公司			
			網路					210,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司			
								0				
								180,000	三立電視股份有限公司			
								0				
廣播	88,500	三立電視股份有限公司										
42. 教育部	交通安全Youtube影音宣導	以政府採購法委託三立電視股份有限公司辦理112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.9.1-112.9.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	180,000	三立電視股份有限公司	透過Youtube投放交通安全影片，達到預估點擊10萬人次的傳播效益。	Youtube	
43. 教育部	Line系統模組	以政府採購法委託三立電視股份有限公司辦理112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.6.1-112.9.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	380,000	三立電視股份有限公司	透過Line官方帳號社群行銷經營方式宣傳，推廣教育部政策，並經由數位社群網網相連，達到多方推廣的效益。	Line	
44. 教育部	Line系統模組－客製化開發(字典)(前期企劃設計開發)	以政府採購法委託三立電視股份有限公司辦理112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.8.1-112.9.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	220,000	三立電視股份有限公司	開發Line系統字典模組，推廣本土語文。	Line	
45. 教育部	反詐騙	以政府採購法委託三立電視股份有限公司辦理112年度教育政策文宣通路採購案	廣播	112.9.1-112.9.30	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	88,500	三立電視股份有限公司	透過廣播廣告，傳達反詐騙須注意狀態。	快樂聯播網、台中望春風電台	

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
46. 教育部	未來Family數位學習宣導	以政府採購法委託三立電視股份有限公司辦理112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112. 9. 1-112. 10. 31	資訊及科技教育司	單位預算	資訊與科技教育行政及督導	778, 800	三立電視股份有限公司	運用未來Family及遠見雜誌針對數位學習進行宣導，讓師生、家長都能更加了解，以此提升與精進整體的數位能力。	未來Family雜誌(數位廣宣)	
			平面					377, 600			遠見雜誌	
47. 教育部	敬師月	以政府採購法委託台灣醒報股份有限公司及眾聲日報社有限公司辦理敬師月宣導採購案	平面	112. 9. 1-112. 9. 30	新聞工作小組	單位預算	一般行政	112, 000	台灣醒報股份有限公司	透過報紙廣告，感謝教學現場教師夥伴辛勞，並表達對教師之敬意與謝意。	台灣醒報	
									眾聲日報社有限公司		眾聲日報	
國民及學前教育署小計								2,793,148				
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、科系職業介紹共10篇，冷知識分享共11篇，心理輔導共3篇，情感教育共2篇)	112年典範教育影音地圖學生生涯探索學習資源推廣計畫	網路	112. 7. 1-112. 9. 30	高中組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	26, 748	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)：「科系學什麼」專欄文章(大學生訪談之科系介紹)	112年典範教育影音地圖學生生涯探索學習資源推廣計畫	網路	112. 8. 1-112. 8. 31	高中組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	94, 500	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。	Google聯播網	
3. 國教署	幼兒教保服務(公共化及準公共機制)廣播節目	112年幼兒教保服務(公共化及準公共機制)廣播節目計畫	網路、廣播	112. 7. 1-112. 9. 30	學前教育組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	120, 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。	國立教育廣播電臺官方網站及廣播電台	執行期程：112. 1. 1-112. 12. 31 執行金額：480, 000(一次撥付) 預計製播集數：52集

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
4. 國教署	將反毒節目的層次由吸毒對人生重要危害，轉為減少再犯、戒毒成功的正面經驗，並從毒品過來人成功戒毒的生命經驗，讓聽眾再度理解毒品問題毀害人生的可怕	112年防制學生藥物濫用宣導廣播節目計畫	廣播	112. 7. 1-112. 9. 30	學務校安組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	156,500	國立教育廣播電臺	透過協助戒毒者重要人士之專訪，加深聽眾了解毒品問題的嚴重性與毒品個案再犯情況的警戒。	國立教育廣播電臺	
5. 國教署	防制學生藥物濫用，「破解網路涉毒危機」	112年教育部國教署防毒宣導	網路	112. 8. 14-112. 8. 27	學務校安組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	98,000	東森新媒體控股股份有限公司	鑑於新興毒品外觀（包裝）多元、網路及社群軟體隱藏涉毒危機，透過網路廣告，強化青少年反毒意識，避免學生成為販（運）毒工具。	ETtoday新聞雲	
6. 國教署	反詐騙影音宣傳	112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112. 7. 1-112. 8. 31	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	500,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	透過網路通路宣傳反詐騙，希望透過宣導影片的播放，提升學生防詐騙意識。	1. KOL木星人：直式短影音拍攝上架(Youtube、Instagram) 2. Dcard：短影音拍攝上架Dcard官方Youtube Shorts、Dcard Video及Instagram TV	
7. 國教署	教育部 Instagram 經營		網路	112. 4. 1-112. 8. 31				220,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	透過Instagram社群貼文及分享達到教育部政策宣導績效。	Instagram	
8. 國教署	互動式網站設計製作（前期企劃設計開發）		網路	112. 8. 1-112. 9. 30				300,000	民視文化事業股份有限公司	建置並透過互動式網站進行網路互動，並從中達到教育部重點政策的宣導效果。	互動式網站	
9. 國教署	學前政策運用影音及網路媒體進行宣傳		電視	112. 9. 1-112. 9. 30				967,400	士奇傳播整合行銷股份有限公司	透過電視、網路等通路宣傳教育部重大政策，希望透過宣導影片的播放，讓國家整體學前政策能更多元的傳達。	無線動畫組合百匯、體育健將運動百匯、戲劇綜藝組合、星光歌唱組合、親親寶貝組合	
			0									MOD、數位電視
		0	三立電視股份有限公司		三立家族、有線綜合臺、有線新聞臺	廠商回饋						
		網路		210,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司		Youtube					
10. 國教署	Facebook 社群經營	網路	112. 3. 1-112. 9. 30	100,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	透過Facebook社群貼文及分享達到教育部政策宣導績效。	Facebook					

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
體育署小計								18,868,126				
1. 體育署	媒合會宣傳	112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委辦案	網路	112.7.3-112.7.9	全民運動組	單位預算	國家體育建設	93,750	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。	聯播網廣告(GDN)	
			網路	112.7.31-112.8.6				42,500		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，達成委辦計畫各項工作目標。	104人力銀行網站首頁	
			網路	112.9.4-112.9.17				85,000		3. 年度建置400個職缺數與履歷數，並藉由辦理企業職工運動補助作業，輔導企業聘用50名運動指導員，與提供50家(人)次輔導諮詢服務。	104人力銀行APP	
2. 體育署	整體計畫宣傳-故事報導	112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委辦案	網路	112.7.3	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. 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。	今周刊官網	
			網路	112.9.8、112.9.20				50,000		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，達成委辦計畫各項工作目標。	今周刊官網	
3. 體育署	整體計畫宣傳-宣傳短片		網路	112.7.4	全民運動組	單位預算	國家體育建設	200,000		3. 年度建置400個職缺數與履歷數，並藉由辦理企業職工運動補助作業，輔導企業聘用50名運動指導員，與提供50家(人)次輔導諮詢服務。	計畫網頁、Youtube、Facebook	
4. 體育署	整體計畫宣傳-廣播專訪		廣播	112.7.5	全民運動組	單位預算	國家體育建設	187,500			NEWS98《財經一路發》	
5. 體育署	整體計畫宣傳-Youtube廣告		網路	112.9.4-112.9.17	全民運動組	單位預算	國家體育建設	150,000			Youtube	
6. 體育署	整體計畫宣傳-活動網路平臺	112年全國登山日推廣計畫	網路	112.8.1-112.10.31	全民運動組	單位預算	國家體育建設	200,000	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。	112年全國登山日計畫網頁、Line官方帳號「112年全國登山日」、Facebook「Taiwan Mountain 台灣山岳」	
7. 體育署	整體計畫宣傳-形象宣傳影片		網路	112.8.1-112.10.31	全民運動組	單位預算	國家體育建設	300,000				
8. 體育署	「青春動滋券」政策及領券廣告宣導	委託製作體育署簡介手冊及影片案	平面	112.8.24-112.8.30	運動產業及企劃組	單位預算	一般行政	0	今周行銷股份有限公司	提升青春動滋券能見度，鼓勵青年積極領券至做運動、看比賽業者消費抵用。	今周刊	廠商回饋

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
9. 體育署	i運動Facebook、Instagram及Youtube圖文影音曝光	112年度全民運動社群媒體維運案	網路	112. 9. 1	全民運動組	單位預算	國家體育建設	200,000	翊起運動有限公司	提升政策及活動能見度。	Facebook、Instagram、Youtube	
10. 體育署	國民體育日	112年度全民運動整體行銷案	網路	112. 8. 25-112. 8. 31	全民運動組	單位預算	國家體育建設	500,000	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。	Youtube、ONE AD、Facebook	
			網路	112. 8. 25-112. 8. 31				0			信傳媒	廠商回饋
			電視	112. 9. 1-112. 9. 15				3,840,000			中視、台視、華視、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	
			網路	112. 9. 1-112. 9. 8				953,000			自由時報電子報、中時新聞網	
			網路	112. 9. 1-112. 9. 24				1,042,000			Youtube、ONE AD、Facebook	
			網路	112. 9. 1-112. 9. 24				0			GQ電子雜誌	廠商回饋
			網路	112. 9. 1-112. 9. 10				0			7-11影音	廠商回饋
11. 體育署	體育表演會	112年度全民運動整體行銷案	網路	112. 8. 15-112. 8. 31	全民運動組	單位預算	國家體育建設	100,000	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。	台灣時報新聞網	
			電視	112. 9. 1-112. 9. 16				2,690,000			中視、台視、華視、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	
			網路	112. 9. 6-112. 9. 8				855,000			聯合新聞網、壹蘋果	
			網路	112. 9. 1-112. 9. 16				690,000			Youtube、ONE AD、Facebook	
			電視、網路	112. 9. 16				2,750,000			年代、中視、壹綜合、Line Today	
			網路	112. 9. 1-112. 9. 10				0			7-11影音	廠商回饋

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
12. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳	112年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	112. 7. 28- 112. 8. 3	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	30,000	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、提升政策宣導知曉度。	Facebook、Instagram	
				12,000				Facebook、Instagram				
13. 體育署	賽事轉播宣傳	112年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	電視	112. 8. 1- 112. 8. 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	192,000	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、提升政策宣導知曉度。	三立家族、中天家族、TVBS家族	
			網路	112. 8. 9- 112. 8. 13				5,000			Youtube	
14. 體育署	新聞專題宣傳	112年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	112. 8. 1- 112. 8. 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	25,000	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、提升政策宣導知曉度。	Youtube	
15. 體育署	「111學年度全國中等學校跆拳道錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	111學年度全國中等學校跆拳道錦標賽補助案	網路	112. 2. 10- 112. 2. 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	120,000	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。	Youtube	
16. 體育署	「中華民國111學年度全國中小學師生手球錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	中華民國111學年度全國中小學師生手球錦標賽補助案	網路	112. 2. 15- 112. 2. 22	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	89,516	中華民國手球協會	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。	Youtube	
17. 體育署	運動企業認證徵件宣傳	112年度運動企業認證系列活動案	平面	112. 9. 1- 112. 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	
								82,000			哈佛商業評論全球繁體中文版	
18. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳	112年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	112. 9. 22- 112. 9. 28	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	98,000	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、提升政策宣導知曉度。	Facebook	
				112. 9. 18- 112. 9. 28							Instagram	
				112. 9. 14- 112. 9. 28							Youtube	
			電視	112. 9. 21- 112. 10. 5	165,000	三立家族						

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	預期效益	刊登或託播對象	備註				
19. 體育署	賽事轉播宣傳	112年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	電視	112. 8. 31-112. 9. 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	384,000	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、提升政策宣導知曉度。	TVBS家族(青春動滋券)					
				112. 9. 11-112. 9. 20				40,000								
			廣播	112. 9. 7-112. 9. 20									115,000	好事聯播網、中廣新聞網		
				網路									112. 8. 31-112. 9. 6		40,000	Youtube(青春動滋券)
													112. 9. 13-112. 9. 20			
			112. 8. 31-112. 9. 9	Google關鍵字												
			112. 9. 14-112. 9. 20	新聞聯播網												
20. 體育署	新聞專題宣傳	112年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	電視	112. 9. 20-112. 10. 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	240,000	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、提升政策宣導知曉度。	緯來體育					
21. 體育署	「2023春季踢拳錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	2023春季踢拳錦標賽補助案	網路	112. 8. 7-112. 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	21,850	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。	Facebook、Youtube					
22. 體育署	「112年青年盃全國軟式網球錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	112年青年盃全國軟式網球錦標賽補助案	網路	112. 3. 20-112. 3. 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	135,135	中華民國軟式網球協會	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。	Facebook、Youtube					
23. 體育署	「2023台灣女子棒球聯賽」賽事轉播及行銷宣導	2023台灣女子棒球聯賽補助案	網路	112. 6. 26-112. 7. 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	193,200	社團法人台灣女子棒球運動推廣協會	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。	Facebook、Youtube					

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
24. 體育署	「2023婕斯羽霸盃全國青少年羽球錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	2023婕斯羽霸盃全國青少年羽球錦標賽補助案	網路	112.8.14-112.8.20	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	165,000	中華運動競技教育發展協會	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。	Facebook、Youtube	
25. 體育署	青春動滋券	112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.8.1-112.8.31	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	369,675	民視文化事業股份有限公司	透過Google、Instagram、Youtube等網路投放，讓青春動滋券的發放運用更廣。	Google精準受眾(學生)、Instagram、Youtube	
26. 體育署	Facebook社群經營	112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.3.1-112.9.30	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	100,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	透過Facebook社群貼文及分享達到教育部政策宣導。	Facebook	
27. 體育署	互動式網站設計製作(前期企劃設計開發)	112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.8.1-112.9.30	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	300,000	民視文化事業股份有限公司	建置並透過互動式網站進行網路互動，並從中達到教育部重點政策的宣導效果。	互動式網站	
28. 體育署	Line官方帳號	112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.6.1-112.9.30	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	295,000	三立電視股份有限公司	透過Line官方帳號社群行銷經營方式宣傳，推廣教育部政策，並經由數位社群網網相連，達到多方推廣的效益。	Line	
29. 體育署	Line系統模組	112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.6.1-112.9.30	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	405,000	三立電視股份有限公司	透過Line官方帳號社群行銷經營方式宣傳，推廣教育部政策，並經由數位社群網網相連，達到多方推廣的效益。	Line	
30. 體育署	教育部重大政策運用社群媒體進行宣傳	112年度教育政策文宣通路採購案	網路	112.8.1-112.9.30	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	217,000	民視文化事業股份有限公司	透過Facebook、Instagram社群行銷經營方式宣傳，推廣教育部政策，並經由數位社群網網相連，達到多方推廣的效益。	Facebook、Instagram	

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
青年發展署 小計								276,400				
1. 青年署	112年青年暑期社區職場體驗計畫-學生報名宣傳	「112年青年暑期社區職場體驗計畫徵求承辦單位」採購案	網路	112.6.1-112.6.14	綜合規劃及生涯輔導組	單位預算	青年生涯輔導	16,400	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、Google關鍵字、GDN廣告	
2. 青年署	112年大專校院學生從事旅宿業暑假職場體驗獎勵方案	「112年大專生校院學生從事旅宿業暑假職場體驗獎勵方案徵求承辦單位」採購案	網路	112.6.21-112.6.30	綜合規劃及生涯輔導組	單位預算	青年生涯輔導	10,000	萬寶華企業管理顧問股份有限公司	1. 預期觸及3萬人次。 2. 實際總曝光數11萬5,679次、總觸及數6萬2,008次。	Instagram、Facebook	
				112.7.23-112.7.31				150,000		1. 共同觀看直播達200人次以上。 2. Facebook及Instagram觸及達2萬人次。	Instagram、Facebook、電子報	
				112.7.23-112.7.31						1. 直播預告讓更多民眾藉由電子報平台的觸及進到直播中。 2. 關鍵字搜尋因新聞發布量大，故專案名稱及內容將持續置頂。	聯合新聞網、中時電子報、自由時報電子報、工商時報電子報、經濟日報電子報	預計12月撥付
				112.7.23-112.7.31						1. 精華影片(機關介紹版)一支。 2. 以動態影音方式呈現專案介紹，讓民眾更了解本方案。	經濟日報電子報、觀傳媒、Line Today、自由時報電子報、yam蕃薯藤、LIFE新聞網、OwlNews、獨家報導	預計12月撥付
				112.8.2-112.8.31						1. 民眾藉由電子報平台的觸及將專案最大程度推廣。 2. 學生及業者因自身受到新聞媒體報導，對專案認同感提高。	聯合新聞網、中時電子報、自由時報電子報、工商時報電子報、經濟日報電子報	預計12月撥付
				112.8.4-112.8.31						1. 精華影片(學生分享版)一支。 2. 以動態影音方式呈現學生對專案工作的內涵，讓民眾更了解本方案。 3. 影片觀看數超過2萬4,098次。 4. 總曝光數2萬4,679次。 5. 總觸及數1萬7,556次。	Facebook	預計12月撥付
3. 青年署	112年青年好政系列-Let's Talk各場Talk活動招募宣傳	「112年青年好政系列-Let's Talk」勞務採購案	網路	112.6.5-112.8.31	公共參與組	單位預算	青年公共參與	100,000	天下雜誌股份有限公司	協助招募約1,000名青年參與Let's Talk討論。	Facebook、GDN廣告、Dcard、EDM	

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	預期效益	刊登或託播對象	備註	
4. 青年署	112年大專校院學生會輔導與推動計畫-學生會輔導主管聯繫會議宣傳	「112年大專校院學生會輔導與推動計畫」勞務採購案	網路	112. 7. 14-112. 8. 4	公共參與組	單位預算	青年公共參與		中華青年創新網絡協會	協助會議宣傳邀集170名輔導主管參與。	EDM	預計12月撥付	
5. 青年署	112年大專校院學生會輔導與推動計畫-公民意識培力招募宣傳		網路	112. 7. 7-112. 8. 27	公共參與組	單位預算	青年公共參與			協助活動宣傳3場次招募約100名青年參與。	EDM、Facebook、ACCUPASS	預計12月撥付	
6. 青年署	青年志工競賽及表揚活動-青年志工中心及自組團隊宣傳	「111年青年志工表揚暨培力交流活動」勞務採購案	網路	112. 9. 18-112. 9. 29	公共參與組	單位預算	青年公共參與		思高本事有限公司	觸及7萬1,900人次、讚數587次、分享121次。	Facebook、Instagram	預計11月撥付	
7. 青年署	112年學習性青聚點課程宣傳	「發展在地學習性青聚點行政服務」徵求承辦單位採購案	網路	112. 5. 18-112. 8. 31	公共參與組	前瞻基礎建設計畫第四期特別預算	加速推動地方創生計畫	0	泛科知識股份有限公司	Facebook、Instagram、Youtube頻道上架活動。Facebook預計觸及4萬1,000人次，Instagram 2萬人次、Youtube 5萬8,000人次。	Facebook、Instagram、Youtube	廠商回饋	
8. 青年署	青年志工中心(中彰投中心)	「112-113年青年志工中心」勞務採購案(111-112年後擴)	網路	112. 6. 11	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	傳動經營管理顧問股份有限公司	推廣志工中心活動訊息、成果。	經濟日報網路新聞	廠商回饋	
9. 青年署	青年志工中心(北基中心)	「112-113年青年志工中心」勞務採購案(111-112年後擴)	網路	112. 8. 9	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	社團法人臺灣愛行動協會	推廣志工中心活動訊息、成果。	威傳媒、寰宇新聞、China Post e-News、yam蕃薯藤	廠商回饋	
			廣播	112. 9. 5				0		推廣志工中心活動訊息、自組團隊成果分享。	台北廣播電臺		廠商回饋
10. 青年署	青年志工中心(竹苗中心)	「112-113年青年志工中心」勞務採購案(111-112年後擴)	平面	112. 1. 1-112. 3. 30、112. 4. 1-112. 6. 30	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	環宇廣播事業股份有限公司	推廣志工中心活動訊息、成果。	科技生活雜誌-2023春季號 科技生活雜誌-2023夏季號	廠商回饋	
			廣播	112. 6. 20-112. 9. 30				0		推廣志工中心活動訊息、自組團隊計畫宣傳-廣播廣告(已播103檔次)。	環宇廣播電台		廠商回饋
			廣播、網路	112. 7. 17				0		推廣志工中心活動訊息、自組團隊成果分享。	環宇廣播電台(廣播頻道及Podcast平台)		廠商回饋
			廣播	112. 5. 25-112. 8. 16				0		節目口播-推廣志工中心活動訊息(已播21次)。	環宇廣播電台		廠商回饋

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
11. 青年署	青年志工中心(宜蘭中心)	「112-113年青年志工中心」勞務採購案(111-112年後擴)	網路	112. 8. 29	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	思高本事有限公司	推廣志工中心活動訊息、成果。	yam蕃薯藤	廠商回饋
12. 青年署	青年志工中心(花蓮中心)			112. 4. 24、 112. 5. 22、 112. 6. 13、 112. 8. 10	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	社團法人鳳林鎮觀光旅遊發展協會		更生新聞網	廠商回饋
13. 青年署	青年志工中心(屏東中心)			112. 6. 28	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	社團法人屏東縣青年願景屏台發展協會		PChome新聞、今傳媒、yam蕃薯藤、媒事看新聞、OwlNews、中時新聞網、天天上新聞、屏東新聞PT News、match生活網、自由時報電子報	廠商回饋
14. 青年署	青年志工中心(桃連中心)			112. 8. 25	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	中原大學		桃園市志願服務推廣中心直播媒合會(Facebook)	廠商回饋
15. 青年署	青年志工中心(高澎中心)			112. 8. 29、 112. 8. 30	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		高雄新聞網、創新聞、台灣民眾電子報	廠商回饋
16. 青年署	青年志工中心(雲嘉中心)		廣播、 網路	112. 6. 20、 112. 7. 21	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	國立中正大學		大紀元網路新聞、漁業廣播電臺訪問	廠商回饋
17. 青年署	青年志工中心(新北金中心)		廣播、 網路	112. 7. 28	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	社團法人舊鞋救命國際基督關懷協會		國立教育廣播電臺-花蓮分臺(服務報導)、經濟日報電子報	廠商回饋
18. 青年署	青年志工中心(臺南中心)		網路	112. 8. 7、 112. 8. 8	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	崑山科技大學		中央社新聞、中華日報電子報	廠商回饋
19. 青年署	112年青年海外度假打工宣導會	「112年國際人才培訓行政作業」採購案	網路	112. 6. 2- 112. 7. 4	國際及體驗學習組	單位預算	青年國際及體驗學習	0	社團法人中華民國全國創新創業總會	透過網路社群平台宣傳度假打工宣導會報名。	Facebook、Instagram、Dcard	廠商回饋
20. 青年署	2023全球青年趨勢論壇青年接待大使招募	「112年青年國際會議及交流活動行政作業」採購案	網路	112. 7. 1- 112. 7. 31	國際及體驗學習組	單位預算	青年國際及體驗學習	0	社團法人中華民國全國創新創業總會	透過網路社群媒體招募青年接待大使及與會青年報名。	Instagram	廠商回饋
21. 青年署	2023全球青年趨勢論壇宣傳參與青年報名			112. 8. 18- 112. 8. 31、 112. 9. 11- 112. 9. 19				0		透過網路社群媒體宣傳與會青年報名。	Instagram	廠商回饋

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	預期效益	刊登或託播對象	備註
國立教育廣播電臺小計								22,964				
1. 教育電臺	教育電臺廣播教育活動、兒童節目及國家語言節目推廣	112年度Line帳號推廣方案採購案	網路	112.7.1-112.7.31	推廣組	單位預算	臺務業務活動	2,138	Line(台灣連線股份有限公司)	鼓勵民眾踴躍參與教育電臺活動、收聽兒童及國家語言節目。	Line	
2. 教育電臺	介紹教育電臺官網節目、Channel+策展活動相關訊息			112.8.1-112.8.31	推廣組	單位預算	臺務業務活動	2,136		鼓勵民眾踴躍收聽教育電臺官網熱播節目、銀髮節目，並參與聽友活動。	Line	
3. 教育電臺	教育電臺聽友活動、官網與策展節目推廣			112.9.1-112.9.30	推廣組	單位預算	臺務業務活動	4,690		鼓勵民眾踴躍參加教育電臺活動、空中直播與收聽官網與策展節目。	Line	
4. 教育電臺	第20屆金聲獎活動宣傳影片	第20屆金聲獎影片製作採購案	網路	112.8.6-112.8.31	節目組	單位預算	臺務業務活動	14,000	好思特創意有限公司	宣傳教育電臺金聲獎—校園廣播節目競賽頒獎典禮活動暨入圍作品簡介，凝聚師生對活動之關注力。	Facebook	
國立臺灣藝術教育館小計								20,000				
1. 藝教館	111學年度全國學生美術比賽	「111學年度全國學生美術比賽頒獎典禮暨活動整合推廣」勞務採購案	網路	112.1.7-112.5.14	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	20,000	木蘭文化事業有限公司	推廣111學年度全國學生美術比賽及特優作品巡迴展覽。	Google聯播網、周刊王等電子新聞	
財團法人高等教育國際合作基金會小計								400,000				
1. 財團法人高等教育國際合作基金會	留學臺灣宣傳	Google多媒體8-12月網站宣傳	網路	112.8.1-112.12.31	財團法人高等教育國際合作基金會	財團法人預算	管理費用—媒體政策及業務宣導費	250,000	台北數位廣告股份有限公司	吸引國際學生來臺灣留學。	Google	
2. 財團法人高等教育國際合作基金會	年度合作校院國際招生宣傳	陽明交大、臺大、北市大、北大、政大等5校Youtube、Facebook及Instagram影音宣傳	網路	112.7.1-112.9.30	財團法人高等教育國際合作基金會	財團法人預算	管理費用—媒體政策及業務宣導費	150,000	台北數位廣告股份有限公司	吸引國際學生來臺灣留學。	Youtube、Facebook、Instagram	

備註：112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3,410萬7,872元，與本表執行金額同。