

**教育部主管**  
**媒體政策及業務宣導執行情形表**  
中華民國113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								24,173,722				
教育部小計								10,209,429				以112年度預算支應：510,000元 以113年度預算支應：9,699,429元
1. 教育部	高教創新-人物專訪	高教創新之編印出刊及網路宣傳採購案	網路	113.7.1-113.9.30	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	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	
2. 教育部	臺灣國際學生創意設計大賽	依政府採購法委託亞洲大學辦理113年度教育部臺灣國際學生創意設計大賽計畫(TISDC)採購案	網路	113.7.9-113.7.11	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	51,000	亞洲大學	邀請評審回覆學生提問，將設計前輩的經驗分享給年輕設計學子，加強學生與TISDC之間的互動。	Facebook、Instagram	
				113.7.12				17,000			取樣自2023年TISDC得獎作品，打造最符合學生趕稿心理的創意倒數貼文，陪伴及提醒參賽學生投件。	
3. 教育部	技職大玩JOB LINE推廣宣傳	以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	113.7.1-113.9.30	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	2,520	國立高雄科技大學	利用技職大玩JOB社群網路(LINE)，推廣各項行銷內容，期能透過社群媒體達到宣導效益。	LINE	
4. 教育部	技職動起來Facebook小編人力僱用	以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	113.7.1-113.9.30	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	49,790	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	113年自學進修專科學校學力鑑定考試事項及簡章	113年自學進修專科學校學力鑑定考試事項及簡章	平面	113.7.22-113.7.24	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113年教育家網站採購案	網路	113.4.12-114.4.11 (涵蓋期程) 113年第3季計12次 (刊登次數)	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育及藝術教育行政及督導	120,840	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	

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
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	113.1.1-113.12.31 (涵蓋期程) 113年第3季計13次 (廣播次數)	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	189,999	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	113年度祖父母節代間家傳料理文稿及照片徵件活動	以政府採購法委託上品生活科技股份有限公司辦理教育部「113年度祖父母節全國性徵件活動」採購案	網路	113.7.1-113.7.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	1,500	上品生活科技股份有限公司	透過多元媒宣管道推廣「代間互動」，呼籲民眾重視「跨世代共煮（共學）」及「代間互動」等議題。	Facebook	
9. 教育部	113年度祖父母節全國性活動	以政府採購法委託上品生活科技股份有限公司辦理教育部「113年度祖父母節全國性活動」採購案	網路	113.8.1-113.8.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	156,000	上品生活科技股份有限公司	透過多元媒宣管道推廣「代間互動」，呼籲民眾重視「跨世代共學」及「代間互動」等議題。	Facebook	
10. 教育部	113年度祖父母節全國性活動-徵件活動優勝作品(電子書)	以政府採購法委託上品生活科技股份有限公司辦理教育部「113年度祖父母節全國性活動」採購案	網路	113.10.1-113.11.15	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	1,000	上品生活科技股份有限公司	透過多元媒宣管道推廣「代間互動」，呼籲民眾重視「跨世代共學」及「代間互動」等議題。	Facebook社群平台 (電子書宣傳，內容含貼文推廣、公告等)	
11. 教育部	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「113年閩南語語言能力認證試務工作採購案」	網路	113.7.1-113.7.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	29,340	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(專屬帳號)	
12. 教育部	廣播節目「超級公民GO」	以行政指示方式委託國立教育廣播電臺辦理113年法治教育廣播節目「超級公民GO」計畫	廣播	113.1.1-113.12.31	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	102,750	國立教育廣播電臺	透過教育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	生命教育廣播節目	以行政指示方式委託國立教育廣播電臺辦理生命教育廣播節目	廣播	113.1.1-113.12.31	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	166,725	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	

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「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	113.1.1-113.12.31	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	78,798	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	
15. 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	113.1.1-113.12.31	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	159,951	國立教育廣播電臺	透過教育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	
16. 教育部	建置生命教育發展歷史資料	以行政協助委託國立高雄師範大學辦理教育部建置生命教育發展歷史資料計畫(112年-113年)	網路	113.1.1-113.12.31	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	67,500	國立高雄師範大學	透過數位科技建置與推廣生命教育發展歷史。	YouTube	
17. 教育部	教育部113年度拒毒反詐特展活動	以行政協助方式委請臺北市政府教育局辦理教育部113年拒毒反詐特展活動	平面、廣播、網路	113.7.1-113.7.31	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	1,360,000	臺北市政府教育局	為展現中央部會與民間團體拒毒反詐及維護校園安全決心,教育部與臺北市政府於113年7月20日至28日,假臺北香堤大道廣場舉辦「拒毒反詐校園安全」特展活動。本特展有中華電信、中國信託商業銀行、中國信託反毒教育基金會、國泰人壽、國泰產險民間團體共同參與合計六大展區,聚焦於反毒、反詐騙、反霸凌及交通安全等多項社會議題,以多元的方式規劃校園安全的活動,共同營造更安全、更友善的校園環境。	臺北廣播電臺專訪、臺北廣播電臺口播、臺北市政府LINE官方帳號、我是台北人Facebook、台北通APP推播、中時新聞網、聯合新聞網、自由時報電子報、中央社CNA、警政時報、Yahoo!新聞、中央廣播電臺、青年日報、工商時報、國語日報社、中華新聞報、臺北捷運月台電視、臺北捷運車站燈箱、臺北市公車候車亭廣告、臺北市公車車體廣告、香堤大道路燈旗智慧顯示器、臺北市政府市政大樓戶外電視牆及電梯螢幕、臺北市各里里辦公室及活動中心跑馬燈、臺北市各級學校網頁及校園跑馬燈	
18. 教育部	拒毒反詐校園安全特展	拒毒反詐校園安全特展宣導採購案	平面	113.7.19	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	為防制毒品進入校園,於平面報紙刊登拒毒反詐校園安全特展廣告,預期待使更多民眾、學生前往觀展。	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
19. 教育部	拒毒反詐校園安全特展-反毒宣傳	拒毒反詐校園安全特展宣導採購案	平面	113.8.7	新聞工作小組	單位預算	一般行政	0	臺灣時報社股份有限公司	為防制毒品進入校園，於平面報紙刊登反毒廣告，預期使更多民眾、學生瞭解防範毒品。	臺灣時報	廠商回饋
20. 教育部	Study in Taiwan社群媒體平台經營	部分補助113年度財團法人高等教育國際合作基金會工作計畫	網路	113.7.1-113.9.30	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	237,501	財團法人高等教育國際合作基金會	為吸引國際學生來臺留學，偕同外部數位行銷公司共同進行SIT社群媒體平臺經營，包含內容企劃、素材產製、線上諮詢服務等相關事宜，以期提升SIT社群互動及能見度。	Facebook、Instagram	
21. 教育部	Study in Taiwan網路及影音宣傳	部分補助113年度財團法人高等教育國際合作基金會工作計畫	網路	113.7.1-113.9.30	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	326,667	財團法人高等教育國際合作基金會	為吸引國際學生來臺留學，同時提昇「Study in Taiwan」品牌知名度及SIT網站流量，偕同外部數位行銷公司共同進行網路及影音宣傳等相關事宜，以期藉多量自製內容提升SIT網站自然搜尋排名。	Google、YouTube	
22. 教育部	2024年LMIT社群增粉案-臺灣生活文化專題單字/句型、夏季清涼文化主題、巴黎奧運社群抽獎活動	部分補助113年度財團法人高等教育國際合作基金會工作計畫	網路	113.7.1-113.7.31	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	52,800	財團法人高等教育國際合作基金會	推廣臺灣華語形象、吸引國際學生學華語到臺灣及送華語到世界、教材、師培，偕同外部數位行銷公司共同進行LMIT社群媒體平臺經營，包含內容企劃、素材產製、線上諮詢服務等相關事宜，以期提升LMIT社群互動及能見度。	Facebook、Instagram	
	113.8.1-113.8.31			52,800				Google、YouTube				
	113.9.1-113.9.30			52,800				Facebook、Instagarm				
23. 教育部	推廣影片學華語到臺灣 Learn Mandarin in Taiwan 年度形象片海外宣傳	部分補助113年度財團法人高等教育國際合作基金會工作計畫	網路	113.7.1-113.9.30	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	135,000	財團法人高等教育國際合作基金會	推廣臺灣華語形象、吸引國際學生學華語到臺灣及送華語到世界、教材、師培，偕同外部數位行銷公司共同進行LMIT社群媒體平臺經營，包含內容企劃、素材產製、線上諮詢服務等相關事宜，以期提升LMIT社群互動及能見度。	Google、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. 教育部	113-114年度Taiwan GPS第2場學人經驗分享會	以政府採購法委託財團法人商業發展研究院辦理113年教育部「海外人才經驗分享及國際連結」計畫採購案	網路	113.7.13-113.12.31	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	16,600	財團法人商業發展研究院	1. 分享美國、印度及荷蘭海外留學學習身心調適、性別研究與獎學金申請的準備。 2. 宣導教育部各項獎學金申請及留遊學定型化契約。	海外人才經驗分享及國際連結計畫Facebook及官方網站	
25. 教育部	113-114年度Taiwan GPS第2場校園宣導說明會-國立中山大學	以政府採購法委託財團法人商業發展研究院辦理113年教育部「海外人才經驗分享及國際連結」計畫採購案	網路	113.8.1-113.12.31	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	3,300	財團法人商業發展研究院	宣傳教育部各項獎學金、海外留遊學定型化契約及海外防詐騙宣導，並鼓勵學生出國留遊學。	海外人才經驗分享及國際連結計畫Facebook及官方網站	
26. 教育部	113-114年度Taiwan GPS第3場留遊學說明會	以政府採購法委託財團法人商業發展研究院辦理113年教育部「海外人才經驗分享及國際連結」計畫採購案	網路	113.8.31-113.12.31	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	16,600	財團法人商業發展研究院	1. 分享澳洲海外求學及生活經驗、原住民外交及藝術治療領域的發展。 2. 邀請澳洲辦事處教育推廣胡櫻君經理簡介澳洲學校學制及申請。 3. 宣導教育部各項獎學金資訊、留遊學定型化契約及海外防詐騙。	海外人才經驗分享及國際連結計畫Facebook及官方網站	
				113.9.21-113.12.31				16,600		1. 分享日本及德國申請學校、海外求學及生活經驗、學成後的職涯發展及德國學制與入學準備。 2. 宣導教育部留遊學定型化契約及海外防詐騙。		
27. 教育部	113-114年度Taiwan GPS第3場校園宣導說明會-中原大學	以政府採購法委託財團法人商業發展研究院辦理113年教育部「海外人才經驗分享及國際連結」計畫採購案	網路	113.9.25-113.12.31	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	3,300	財團法人商業發展研究院	宣傳教育部各項獎學金、海外留遊學定型化契約及海外防詐騙宣導，並鼓勵學生出國留遊學。	海外人才經驗分享及國際連結計畫Facebook及官方網站	
28. 教育部	公費留學考試報名宣導	邀請公費生至國立教育廣播電臺辦理媒體及政策業務宣導節目錄製	廣播	113.7.2-112.12.31	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	1,500	公費生	提升公費留考的報名率。	國立教育廣播電臺	
29. 教育部	臺灣獎學金及華語文獎學金	以政府採購法委託銘傳大學辦理「112學年臺灣獎學金及華語文獎學金計畫辦公室」(111學年第1年後續擴充)採購案	網路	113.7.17-113.8.17、113.9.20-113.9.30	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	60,000	銘傳大學	透過Facebook廣告宣傳相關臺華獎申請流程及相關資訊，讓更多學生了解臺灣獎學金及華語文獎學金。	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
30. 教育部	2024巴黎奧運	2024巴黎奧運宣傳案	平面	113. 7. 26	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	為提升民眾對巴黎奧運我國代表團選手之支持，於平面報紙刊登廣告，預期使更多民眾關注比賽為選手加油打氣。	中國時報	
31. 教育部	高教深耕就學協助機制宣導影片	以政府採購法委託社團法人國際技能發展協會辦理113年高教深耕就學協助機制影片拍攝	網路	113. 8. 14- 113. 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	130,000	社團法人國際技能發展協會	為使企業及學生、家長瞭解計畫推動成果，透過參與個案之影片，鼓勵更多企業善盡社會責任及學生踴躍參與計畫。	技專校院高教深耕網	
32. 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「教育部藝秀臺表演藝術教育影音平臺經營計畫(113-115)」	網路	113. 6. 19- 113. 6. 25、 113. 9. 3- 113. 10. 1	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	13,840	國立臺灣藝術大學	本次廣告投放總曝光數約3萬6,000次，含Meta系統（Facebook、Instagram）以及GDN（Google聯播網），網站導流點擊數約1,400次。	Meta系統、Google聯播網數位廣告	
33. 教育部	「MUSE大玩家-環遊知識島」活動	以行政指示委請國立海洋科技博物館辦理國立社教機構及文化機構聯合行銷計畫	網路	113. 6. 21- 113. 9. 30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	30,000	國立海洋科技博物館	透過網路媒體鼓勵親子參與「MUSE大玩家-環遊知識島」活動	Facebook、LINE	
34. 教育部	第2屆終身學習節暨2024年媒體素養教育週	以行政指示委請國立臺灣科學教育館辦理「第2屆終身學習節暨2024年媒體素養教育週」	網路	113. 9. 13- 113. 12. 31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	119,200	國立臺灣科學教育館	透過設置活動一頁式網頁，提供大眾可有效且快速獲取第2屆終身學習節相關資訊，以擴大鼓勵民眾參與。	1個一頁式網頁	
35. 教育部	臺灣台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「113年閩南語語言能力認證試務工作採購案」	網路	113. 8. 1- 113. 8. 30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	29,340	國立臺灣師範大學	透過網路媒體周知考試活動，以鼓勵全民參與臺灣台語認證考試，期保存及推廣臺灣台語。	LINE（專屬帳號）	
36. 教育部	新興毒品防制宣導	反毒宣導採購案	平面	113. 8. 30	新聞工作小組	單位預算	一般行政	0	台灣新生報業股份有限公司	新興毒品猖獗，於平面媒體刊登宣導廣告，預期使更多家長、學生認識並防範新興毒品。	新生報	廠商回饋
37. 教育部	ColleGo!網站焦點話題	補助臺北醫學大學執行「大學選才與高中育才輔助系統」第三期計畫	網路	113. 9. 5- 113. 9. 12	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	2,792	臺北醫學大學	推廣ColleGo!網站焦點話題資訊，協助高中學生了解認識自己及探索生涯之重要性，吸引前往網站閱讀更多相關訊息。	Instagram	
38. 教育部	2024年ColleGo!家長日活動報名資訊	補助臺北醫學大學執行「大學選才與高中育才輔助系統」第三期計畫	網路	113. 9. 11- 113. 9. 18	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	2,934	臺北醫學大學	投放家長日活動報名文宣，期透過社群媒體傳達報名訊息，提升本次報名資訊能見度，促進家長對生涯探索的重視程度。	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
39. 教育部	2024年度臺灣技職之光影像計畫	補助社團法人國際技能發展協會辦理2024年度臺灣技職之光影像計畫	網路	113. 1. 1-113. 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	510,000	社團法人國際技能發展協會	拍攝國手參與國際技能競賽的過程，期能透過社群媒體達到宣導效益。	Open技職	以112年度預算支應
40. 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113年度「教師節敬師影片」採購案	網路	113. 9. 1-113. 9. 30 (涵蓋期程) 113年9月計2次(2支影片各刊登1次)	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	355,000	方成事股份有限公司	YouTube影片觀看數達10萬人次。	教育部YouTube頻道	
41. 教育部	敬師月教師節專刊	113年敬師月教師節專刊採購案	平面	113. 9. 28 (涵蓋期程) 113年9月計1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	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	
42. 教育部	師鐸獎教育故事訪談節目	113年教育故事訪談出席費	廣播	113年9月計2次 (廣播次數)	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	5,000	黃○程教師 洪○琇教師	發揚尊師重道優良傳統，提振教師專業精神。	國立教育廣播電臺	
43. 教育部	特教業務宣導	特教業務宣導新聞稿費	平面	113. 3. 1-113. 3. 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	2,200	楊○綾 李○華	宣導特教業務。	新聞媒體	
44. 教育部	轉型正義教育實施計畫-士林集體記憶與轉型正義	補助東吳大學辦理轉型正義教育實施計畫-士林集體記憶與轉型正義	網路	113. 7. 15-113. 12. 15	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	56,000	東吳大學	製作政治受難者生命故事，藉由Podcast形式，觸及更多民眾，了解轉型正義。	Spotify、Google、Apple Podcast、Podcast平台、YouTube	
45. 教育部	教育開講-全國大專校院學生社團評選暨觀摩活動	教育開講-全國大專校院學生社團評選暨觀摩活動	廣播	113. 3. 25-113. 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	5,614	邱○崑	結合大眾傳播媒體資源宣傳全國大專校院學生社團評選暨觀摩活動。	國立教育廣播電臺	
46. 教育部	113年基隆市「解癮-解開毒品上癮的真相」反毒教育特展	以行政指示方式委託國立海洋科技博物館辦理113年基隆市「解癮-解開毒品上癮的真相」反毒教育特展	平面、廣播、網路、電視	113. 3. 23-113. 5. 19	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	國立海洋科技博物館	配合教育部與中國信託反毒教育基金會、基隆市政府辦理113年反毒教育特展，展覽及籌備期間加強活動推播及媒體露出，藉以吸引民眾前往展場國立海洋科技博物館參觀，提升全體國人反毒意識。	工商時報、自由時報聯合報、中國時報、國立教育廣播電臺、中國廣播電臺、中廣新聞網、基隆電台、Facebook、吉隆有線電視	
47. 教育部	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教育增能及推動計畫採購案	網路	113. 9. 1-113. 10. 31	資訊及科技教育司	單位預算	資訊及科技教育行政督導	450,000	辰熹創意整合有限公司	利用網路媒體宣傳國家防災日相關活動，使大眾瞭解防災教育之意涵，加深防災意識之觀念，促使防災教育向下扎根。	Facebook、Instagarm	

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
48. 教育部	華語文能力測驗 2.0 - 宣導華語文能力測驗	以行政協助方式委請國立臺灣師範大學辦理「113年華語文能力測驗」工作計畫	平面	113. 9. 1-113. 12. 31	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	30,000	國立臺灣師範大學 (國家華語測驗推動工作委員會)	向美國推廣華語文能力測驗2.0及華語文能力測驗獲得6州雙語徽章採認。	全美中文學校聯合總會發行之相關期刊	
49. 教育部	師鐸獎宣導	師鐸獎宣導採購案	平面	113. 9. 5	新聞工作小組	單位預算	一般行政	40,000	世界客家雜誌有限公司	為提振教師專業精神，辦理相關宣導，凝聚國人感謝教師的奉獻。	世界客家雜誌	
50. 教育部	113祖父母節	以政府採購法委託三立電視股份有限公司辦理113年度教育政策文宣通路採購案	網路	113. 8. 19-113. 8. 25	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	0	三立電視股份有限公司	為使更多民眾參與祖父母節園遊會活動，使用文末推薦及圖片看板方式宣傳。	三立新聞網	廠商回饋
51. 教育部	113上半年重點活動素材拍攝	以政府採購法委託三立電視股份有限公司辦理113年度教育政策文宣通路採購案	網路	113. 3. 9-113. 9. 1	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	14,000	三立電視股份有限公司	各單位重點活動素材拍攝，並發布於Facebook或新聞稿，以利推廣各項教育政策宣導。	Facebook	
					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	14,000				
					資訊及科技教育司	單位預算	資訊與科技教育行政及督導	14,000				
52. 教育部	技職教育短影片	以政府採購法委託民視文化事業股份有限公司辦理113年度教育政策文宣通路採購案	網路	113. 4. 26-113. 9. 25	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	113,000	民視文化事業股份有限公司	為使民眾及學子瞭解技術型高中學生在校學什麼，安排採訪2校、4類科學生，製作短影片4支，於教育部Instagram推廣。	Instagram	
53. 教育部	MUSE大玩家網路宣傳	以政府採購法委託民視文化事業股份有限公司辦理113年度教育政策文宣通路採購案	網路	113. 7. 20-113. 9. 20	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	128,575	民視文化事業股份有限公司	為推廣部屬社教館所暑期活動，於入口網站投放圖片廣告，並使用廠商回饋項目於APP聯播網投放圖片廣告，以期更多民眾一同參與。	Yahoo	廠商回饋
								0			APP聯播網	
54. 教育部	機車騎乘安全影片全6集廣告投放	以政府採購法委託民視文化事業股份有限公司辦理113年度教育政策文宣通路採購案	網路	113. 9. 6-113. 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	300,000	民視文化事業股份有限公司	為使更多民眾瞭解機車騎乘安全知識，於YouTube投放機車騎乘安全影片全6集廣告。	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
55. 教育部	敬師節微電影	以政府採購法委託民視文化事業股份有限公司辦理113年度教育政策文宣通路採購案	電視	113. 9. 23-113. 9. 27	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	1,513,200	民視文化事業股份有限公司	為推廣尊師氛圍，於多家電視臺投放敬師節微電影廣告，以宣揚教師正面形象。	民視新聞臺、三立新聞臺、TVBSN+TVBS、東森新聞臺、緯來綜合臺、東森綜合臺	
			0					有線電視青少年頻道				
		網路	113. 9. 21-113. 9. 27	0				民視文化事業股份有限公司	為推廣尊師氛圍，於YouTube及Facebook投放敬師節微電影廣告，以宣揚教師正面形象。	YouTube		
		0		Facebook				廠商回饋				
		網路	113. 9. 21-113. 9. 27	0				三立電視股份有限公司	為推廣尊師氛圍，於三立新聞網投放影音廣告、於Google聯播網投放圖片廣告，以宣揚教師正面形象。	三立新聞網、Google聯播網	廠商回饋	
以政府採購法委託士奇傳播整合行銷股份有限公司辦理113年度教育政策文宣通路採購案	網路	113. 9. 20	52,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	邀請敬師節微電影廣告演員於Facebook貼文宣傳，以吸引更多觀眾至教育部YouTube觀看完整影片，推廣尊師氛圍、宣揚教師正面形象。	Facebook						
0		113. 9. 21-113. 9. 27	0		為推廣尊師氛圍，於六大新聞網投放影音廣告，以宣揚教師正面形象。	自由時報、壹蘋新聞網、ETtoday、三立新聞網、NOWnews、東森新聞網聯播	廠商回饋					
56. 教育部	校園暖心故事影片製作	以政府採購法委託三立電視股份有限公司辦理113年度教育政策文宣通路採購案	網路	113. 7. 12-113. 10. 4	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	209,000	三立電視股份有限公司	為配合9月敬師月，安排拍攝3支校園暖心故事，包含特教、偏鄉、運動教練等，以宣揚教師正面形象。	YouTube	
57. 教育部	校園暖心故事影片網路宣傳	以政府採購法委託民視文化事業股份有限公司辦理113年度教育政策文宣通路採購案	網路	113. 9. 21-113. 9. 27	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	66,700	民視文化事業股份有限公司	為推廣尊師氛圍，於YouTube投放校園暖心故事影片廣告，以宣揚教師正面形象。	YouTube	
58. 教育部	2024數位學習國際論壇網平宣傳	以政府採購法委託三立電視股份有限公司辦理113年度教育政策文宣通路採購案	網路、平面	113. 8. 6-113. 9. 20	資訊及科技教育司	單位預算	資訊與科技教育行政及督導	1,157,000	三立電視股份有限公司	教育部於113年8月6日及7日舉辦「2024數位學習國際論壇」，本次安排天下雜誌進行採訪並撰寫文稿刊登於平面雜誌及官方網站，並於天下雜誌社群宣傳，期使民眾瞭解未來數位學習的趨勢與挑戰。	天下雜誌及該雜誌官方網站	

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
國民及學前教育署小計								1,004,530				
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):學生學習技巧相關主題共3篇,科系介紹共6篇,冷知識分享共13篇,心理輔導共1篇,情感教育共2篇,反詐騙教育故事共2篇	113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	113.7.1-113.9.30	高中組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	32,200	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	
2. 國教署	幼兒教保服務(公共化及準公共機制)廣播節目	113年幼兒教保服務(公共化及準公共機制)廣播節目計畫	廣播、網路	113.7.1-113.9.30	學前教育組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	119,999	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	執行期程:113.1.1-113.12.31 執行金額:480,000(一次撥付) 預計製播集數:52集
3. 國教署	推廣特殊教育的理念與教育部政策	113年度特殊教育專欄採購案	平面	113.8.1-113.9.30	原特組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	146,631	財團法人國語日報社	除提供教師和特教學生家長最佳的教養資訊,亦間接促成社會大眾更多的了解與認識,進而為特教學生營造友善的環境。	國語日報	執行期程:113.7.26-113.12.31(每周五出刊1次,預計共19次,並以全版版面刊登)
4. 國教署	校園暖心故事影片製作	113年教育政策文宣通路採購案	網路	113.7.12-113.10.4	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	250,000	三立電視股份有限公司	為配合9月敬師月,安排拍攝3支校園暖心故事,包含特教、偏鄉、運動教練等,以宣揚教師正面形象。	YouTube	
5. 國教署	校園暖心故事網路宣傳	113年教育政策文宣通路採購案	網路	113.9.28-113.10.4	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	66,700	民視文化事業股份有限公司	為推廣尊師氛圍,於YouTube投放校園暖心故事影片廣告,以宣揚教師正面形象。	YouTube	
6. 國教署	0-6歲國家一起養	113年教育政策文宣通路採購案	廣播	113.8.19-113.8.25	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	0	民視文化事業股份有限公司	為使更多民眾了解0-6歲國家一起養政策,使用廣播方式宣傳。	好事聯播網	廠商回饋
7. 國教署	公幼延長照顧服務	113年教育政策文宣通路採購案	網路	113.8.2	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	0	三立電視股份有限公司	為使更多民眾了解公幼延長照顧服務,使用訊息稿方式宣傳。	三立新聞網	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
8. 國教署	機車騎乘安全影片預告剪輯與廣告投放	113年教育政策文宣通路採購案	網路	113. 8. 13-113. 9. 11	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	19,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	為配合交通安全月，使更多民眾瞭解機車騎乘安全知識，剪輯機車騎乘安全影片預告1支上架於教育部YouTube，並於OTT聯播網投放影片廣告。	YouTube OTT聯播網	廠商回饋
9. 國教署	機車騎乘安全影片預告投放	113年教育政策文宣通路採購案	網路	113. 9. 5-113. 9. 25	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	100,000	民視文化事業股份有限公司	為使更多民眾瞭解機車騎乘安全知識，於YouTube投放機車騎乘安全影片預告廣告，吸引更多民眾至教育部YouTube頻道觀看完整影片。	YouTube	
10. 國教署	2024戶外教育年會網路宣傳	113年教育政策文宣通路採購案	網路	113. 9. 3-113. 9. 9	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	70,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	為配合戶外教育年會活動宣傳，於YouTube投放宣傳影片廣告，以期更多人參與活動。	YouTube	
11. 國教署	學習歷程檔案關鍵字廣告	113年教育政策文宣通路採購案	網路	113. 9. 1-113. 10. 31	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	200,000	民視文化事業股份有限公司	於入口網站投放關鍵字廣告，使學生、家長及老師於網上搜尋學習歷程檔案時，能第一時間就獲得由教育部提供的資訊。	Yahoo	
<b>體育署小計</b>								<b>12,697,900</b>				
1. 體育署	學生水域安全宣導影片、互動貼文與短影片廣告投放	112-113年學生水域安全宣導	網路	113. 7. 1-113. 7. 31 113. 8. 1-113. 8. 31 113. 9. 1-113. 9. 30	學校體育組	單位預算	體育教育推展	90,000 90,000 89,000	智策慧品牌顧問有限公司	提升學生水域安全知能。	體育署水英雄LINE平臺、Facebook、YouTube	
2. 體育署	企業聘用運動指導員故事報導	113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	網路	113. 8. 27 113. 9. 2	全民運動組	單位預算	國家體育建設	60,000 60,000	社團法人中華民國全國中小企業總會	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。	商業週刊網站	
3. 體育署	整體計畫宣傳-活動網路平臺	113年全國登山日推廣計畫	網路	113. 8. 1-113. 10. 31	全民運動組	單位預算	體育教育推展	250,000	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。	113年全國登山日計畫網頁、LINE官方帳號「113年全國登山日」、Facebook「Taiwan Mountain 台灣山岳」	
4. 體育署	身心障礙運動教育推廣	113年身心障礙運動教育推廣計畫	網路	113. 8. 15-113. 9. 30	全民運動組	單位預算	體育教育推展	200,000	翊起運動有限公司	藉運動教育推廣，同步提升身心障礙者及非身心障礙者觀念知能。	Facebook、Instagram、YouTube、Google、翊起運動官方網站、LINE TODAY、Yahoo	

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	
5. 體育署	i運動Facebook、Instagram及YouTube圖文影音曝光	113年度全民運動社群媒體維運案	網路	113.8.1-113.9.30	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	提升政策及賽事能見度。	Facebook、Instagram、YouTube		
6. 體育署	國民體育日	113年度全民運動整體行銷案	電視	113.8.24-113.8.31	全民運動組	單位預算	國家體育建設	247,500	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。	TVBS家族、東森家族、三立家族、民視新聞、年代家族、鏡新聞、華視家族、探索家族、非凡家族、媒體棧、無線數位台		
			電視	113.9.1-113.9.9				4,455,000					中視、台視、華視、民視、東森家族、八大家族、三立家族、TVBS家族、DAZN家族、緯來家族、探索家族、年代家族、非凡家族、鏡新聞、民視新聞、無線數位台、媒體棧、華視新聞、中天家族、愛爾達家族
			網路	113.8.21-113.8.31				200,000					Facebook
			網路	113.8.21-113.8.31				100,000					YouTube
7. 體育署	國民體育日科技體適能檢測車	113年度全民運動整體行銷案	網路	113.8.21-113.8.31	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系列活動科技體適能檢測車增加民眾參與度。	Facebook		
8. 體育署	帕拉林匹克運動會	113年度全民運動整體行銷案	電視	113.8.24-113.9.8	全民運動組	單位預算	國家體育建設	247,500	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。	東森家族、三立家族、TVBS家族、年代家族、非凡家族、鏡新聞、民視新聞、無線數位台、媒體棧、探索家族、華視新聞		
				113.9.8				0					緯來家族

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	
9. 體育署	國民體育日	113年度全民運動整體行銷案	網路	113. 9. 2-113. 9. 6	全民運動組	單位預算	國家體育建設	1,027,500	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(9/2)、中時新聞網(9/3)、聯合新聞網(9/5)、壹蘋果(9/4)、太報(9/5)、信傳媒(9/6)、中天新聞(9/4)		
				113. 9. 1-113. 9. 9				600,000					YouTube
				113. 9. 1-113. 9. 9				20,000					Facebook
				113. 9. 1-113. 9. 29				80,000					提升國人對於體育署推動國民體育日系列活動科技體適能檢測車增加民眾參與度。
10. 體育署	青春動滋券宣傳	青春動滋券宣傳	平面	113. 6. 14-113. 6. 19	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	148,000	中國時報文化事業股份有限公司	提升政策宣導知曉度。	中國時報		
			網路								中時新聞網、中時新聞網手機內頁廣告、中時新聞網Facebook		
11. 體育署	體育運動文化數位典藏文案宣傳	體育運動文化數位典藏	網路	113. 6. 1-113. 6. 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	349,700	國立臺灣藝術大學	推廣體育運動文化。	動滋Sports Facebook		
12. 體育署	帕拉運動身心障礙選手宣傳及推廣	113年全國身障者參與國際體育運動競賽與活動計畫	網路	113. 8. 15-113. 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	300,000	中華帕拉林匹克總會	促進帕拉運動發展，提升選手社會支持與關注。	TSNA Facebook、Instagram、YouTube		
13. 體育署	身心障礙全民融合運動與CRPD運動平權推廣	113年身心障礙全民融合運動與CRPD運動平權推廣計畫	網路	113. 9. 1-113. 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	270,000	國立臺灣師範大學	依據CRPD規範促進社會支持融合運動氛圍，推廣身心障礙運動平權。	運動筆記官方網站、Facebook		
14. 體育署	運動企業認證結果公告	113年度運動企業認證系列活動案	平面	113. 9. 1-113. 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	80,000	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。	HBR哈佛商業評論		
15. 體育署	2024巴黎帕運海報設計	113年度教育政策文宣通路採購案	網路	113. 8. 13-113. 9. 9	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	36,600	民視文化事業股份有限公司	為提升民眾對巴黎奧運我國代表團選手之支持，安排設計海報及教育部Facebook封面圖片各一款。	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
16. 體育署	2024巴黎奧運、帕運感謝選手短影片	113年度教育政策文宣通路採購案	網路	113. 8. 20-113. 9. 12	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	57,000	三立電視股份有限公司	為感謝巴黎奧運、帕運我國代表團之辛勞、提升國民對我國體育賽事之支持，製作感謝影片各一支。	Facebook、Instagram	
17. 體育署	2024巴黎奧運	113年度教育政策文宣通路採購案	平面	113. 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	575,000	民視文化事業股份有限公司	為提升民眾對巴黎奧運我國代表團選手之支持，於平面報紙刊登廣告，預期使更多民眾關注比賽為選手加油打氣。	自由時報	
			網路	113. 7. 1-113. 8. 31				57,000	民視文化事業股份有限公司	為提升民眾對巴黎奧運我國代表團選手之支持，安排設計海報二款及教育部Facebook封面圖片一款。	Facebook	
				113. 7. 16-113. 8. 15				965,000	三立電視股份有限公司	為提升民眾對巴黎奧運我國代表團選手之支持，製作16款LINE動態貼圖，供民眾於賽事期間免費下載，一同為選手加油。	LINE	
				113. 7. 26-113. 8. 8				235,705	民視文化事業股份有限公司	為提升民眾對巴黎奧運我國代表團選手之支持，以多元管道推廣體育署巴黎奧運官網，使民眾方便掌握賽事進度。	Google、Facebook、LINE TODAY、Instagram	
				113. 8. 13-113. 8. 20				150,005	民視文化事業股份有限公司	為感謝巴黎奧運我國代表團之辛勞、提升國民對我國體育賽事之支持，製作感謝影片並以多元方式宣傳。	Facebook、Instagram	
				113. 7. 17-113. 8. 16				1,276,690	民視文化事業股份有限公司	以多元方式推廣巴黎奧運我國選手LINE貼圖，使更多民眾下載為選手加油。	Google、YouTube、Instagram、愛爾達、LINE TODAY、Hami	
				113. 7. 17-113. 8. 15				0	三立電視股份有限公司	以多元方式推廣巴黎奧運我國選手LINE貼圖，使更多民眾下載為選手加油。	Google、YouTube、三立新聞網、三立新聞粉絲團	廠商回饋
				113. 7. 17-113. 8. 8				0	士奇傳播行銷整合股份有限公司	以多元方式推廣巴黎奧運我國選手LINE貼圖，使更多民眾下載為選手加油。	LINE	廠商回饋
				18. 體育署				113上半年重點活動素材拍攝	113年度教育政策文宣通路採購案	網路	113. 3. 9-113. 9. 1	運動產業及企劃組
19. 體育署	校園暖心故事影片網路宣傳	113年度教育政策文宣通路採購案	網路	113. 10. 5-113. 10. 11	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	66,700	民視文化事業股份有限公司	為推廣尊師氛圍，於YouTube投放校園暖心故事影片廣告，以宣揚教師正面形象。	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
青年發展署 小計								0				
1. 青年署	113年「青年好政系列-Let's Talk」各場宣傳	「113年青年好政系列-Let's Talk」勞務採購案(112年後續擴充)	網路	113.7.1-113.9.15	公共參與組	單位預算	青年公共參與		天下雜誌股份有限公司	協助Talk執行團隊宣傳Talk討論，擴大觸及人數。	Facebook、GDN廣告、Dcard、數位廣編。	預計12月撥付
2. 青年署	培力課程成果報導	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	113.6.3	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	社團法人花蓮縣鳳林鎮觀光旅遊發展協會	推廣志工中心活動訊息、成果。	更生新聞網	廠商回饋
3. 青年署	自組團隊計畫宣傳	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	廣播	113.7.1-113.7.31	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	播放檔次124檔，每時段平均收聽2.5-3萬人。	廣播頻道 FM 96.7	廠商回饋
4. 青年署	自組團隊服務報導	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	113.7.3	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	推廣志工中心自組團隊成果。	電子新聞(知否新聞網)	廠商回饋
5. 青年署	竹苗中心培訓課程宣傳	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	廣播	113.7.9-113.7.18	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	口播檔次5檔，每時段平均收聽2.5-3萬人。	廣播頻道 FM 96.7	廠商回饋
6. 青年署	志工節目專訪	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	廣播	113.7.16、113.7.31	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	節目專訪2集，每時段平均收聽2.5-3萬人。	廣播頻道 FM 96.7	廠商回饋
7. 青年署	自組團隊服務報導	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	113.7.17	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	推廣志工中心自組團隊成果。	電子新聞(知否新聞網)	廠商回饋
8. 青年署	青年志工行動競賽表揚計畫(第1屆青志獎)公告團隊入選與運用單位獲獎名單、獎勵青年自組團隊參與志工行動計畫(深耕型)推廣	113年「青年志工行動競賽表揚暨培力交流活動」徵求承辦單位勞務採購案	網路	113.6.22-113.7.5	公共參與組	單位預算	青年公共參與		思高本事有限公司	志工團Facebook觸及5,442人次、志工團Instagram觸及1萬6,724人次。	Facebook、Instagram	預計11月撥付
9. 青年署	主題式服務方案	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	113.7.19	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	推廣志工中心活動訊息、成果。	金門日報電子報	廠商回饋
10. 青年署	自組團隊計畫宣傳	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	廣播	113.8.1-113.8.31	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	播放檔次124檔，每時段平均收聽2.5-3萬人。	廣播頻道 FM 96.7	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	培力課程成果報導及主題式服務方案	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	平面、網路	113.8.6	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	推廣志工中心活動訊息、成果。	民眾日報及該報電子報	廠商回饋
12. 青年署	竹苗中心培訓課程宣傳	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	廣播	113.8.7-113.8.22	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	口播檔次9檔，每時段平均收聽2.5-3萬人。	廣播頻道 FM 96.7	廠商回饋
13. 青年署	主題式服務方案	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	113.8.11	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	推廣志工中心活動訊息、成果。	自由時報電子報	廠商回饋
14. 青年署	培力課程報導	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	113.8.14	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	崑山科技大學	推廣志工中心活動訊息、成果。	臺南市政府（官網新聞專區）、ETtoday新聞雲	廠商回饋
15. 青年署	志工節目專訪	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	廣播	113.8.14、113.8.30	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	節目專訪2集，每時段平均收聽2.5-3萬人。	廣播頻道 FM 96.7	廠商回饋
16. 青年署	培力課程成果報導	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	113.8.18	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	社團法人花蓮縣鳳林鎮觀光旅遊發展協會	推廣志工中心活動訊息、成果。	更生新聞網	廠商回饋
17. 青年署	113年「青年好政系列-Let's Talk」公共事務人才培訓宣傳	「113年青年好政系列-Let's Talk」勞務採購案（112年後續擴充）	網路	113.9.11-113.10.31	公共參與組	單位預算	青年公共參與		天下雜誌股份有限公司	協助培訓活動宣傳曝光，招募至少70人參與。	Facebook、GDN廣告、Dcard、數位廣編	預計12月撥款
18. 青年署	培力課程、主題式服務方案	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	廣播	113.9.4	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	推廣志工中心活動訊息、成果。	國立教育廣播電台	廠商回饋
19. 青年署	主題式服務方案成果報導	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	113.9.10、113.9.24	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	社團法人花蓮縣鳳林鎮觀光旅遊發展協會	推廣志工中心活動訊息、成果。	更生新聞網	廠商回饋
20. 青年署	培力課程、主題式服務方案	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	113.9.10	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	推廣志工中心活動訊息、成果。	漾新聞	廠商回饋
21. 青年署	2024全球青年趨勢論壇青年接待大使招募報名	「113年青年國際會議及交流活動行政作業」採購案	網路	113.7.1-113.7.5	國際及體驗學習組	單位預算	青年國際及體驗學習	0	集思創意顧問股份有限公司	透過網路社群媒體招募青年接待大使報名。	Facebook、Instagram 宣傳	廠商回饋
22. 青年署	113年青年海外度假打工宣導會	「113年青年國際人才培訓行政作業」採購案	網路	113.7.1-113.7.17	國際及體驗學習組	單位預算	青年國際及體驗學習		禾泰整合行銷有限公司	透過網路社群媒體宣傳青年報名。	Dcard、Instagram、Facebook	預計12月撥付

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
23. 青年署	113年青年壯遊點宣導	「113年青年壯遊點計畫徵求承辦廠商」採購案	網路	113. 7. 6-113. 7. 14	國際及體驗學習組	單位預算	青年國際及體驗學習		社團法人中華民國全國中小企業總會	透過網路社群媒體宣傳青年壯遊點。	Instagram、Facebook	預計11月撥付
24. 青年署	113年青年壯遊點宣導	「113年青年壯遊點計畫徵求承辦廠商」採購案	網路	113. 9. 2-113. 9. 15	國際及體驗學習組	單位預算	青年國際及體驗學習		社團法人中華民國全國中小企業總會	透過網路社群媒體宣傳青年壯遊點。	LINE LAP、Facebook、Instagram	預計11月撥付
<b>國立教育廣播電臺小計</b>								<b>6,863</b>				
1. 教育電臺	教育電臺節目表、線上收聽、節目重播、活動參與等服務	113年度LINE帳號推廣方案採購案	網路	113. 7. 1-113. 7. 31	推廣組	單位預算	臺務業務活動	1,260	LINE(台灣連線股份有限公司)	鼓勵民眾收聽教育電臺官方網站節目、參與舉辦之活動與鼓勵民眾多管道收聽節目。	LINE	
2. 教育電臺	教育電臺節目表、Channel策展節目、總統府音樂會			113. 8. 1-113. 8. 31	推廣組	單位預算	臺務業務活動	4,343	LINE(台灣連線股份有限公司)	鼓勵民眾收聽教育電臺策展節目與官方網站特別節目。	LINE	
3. 教育電臺	教育電臺官方網站節目、Channel+語言節目、父親節祝福			113. 9. 1-113. 9. 30	推廣組	單位預算	臺務業務活動	1,260	LINE(台灣連線股份有限公司)	鼓勵民眾收聽教育電臺Channel+語言節目與本土語言節目、策展頻道。	LINE	
<b>財團法人高等教育國際合作基金會小計</b>								<b>255,000</b>				
1. 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	113年度合作校院回饋服務：社群平台宣傳(共13校)	網路	113. 7. 1-113. 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	255,000	台北數位廣告股份有限公司	協助年度合作校院推廣各校品牌形象，精準鎖定國際學生透過影音進行深度溝通高教口碑價值。	Google、YouTube	

備註：113年7-9月本部及所屬機關(構)、基金、財團法人於網站公告之宣導執行金額2,417萬3,722元，與本表執行金額同。