

教育部110年11月份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
小計							4,748,900				
1. 教育部	產學合作 (含產攜2.0)	網路	10-11月	技職司	單位預算	技術職業教育行政及督導	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FB社群	
2. 教育部	數位教育 (天下教育特刊)	網路	10-11月	資科司	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、官網露出及FB社群	
		平面	10-11月				單位預算				629,200
3. 教育部	看見教育在進步節目	電視	9-11月	資科司	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+民視英語新聞未來Family數位廣編+未來Family臉書貼文宣傳	
				高教司	單位預算	高等教育行政及督導	200,000				
				技職司	單位預算	技術職業教育行政及督導	1,000,000				
				國教署	單位預算	國民及學前教育行政及督導	350,000				
4. 國教署				國教署	單位預算	國民及學前教育行政及督導	350,000				

註：中央政府各機關執行立法院審查102年度中央政府總預算案所作決議之應行配合注意事項第4項略以：「各機關含附屬單位及依預算法第62條之1所定財團法人於平面媒體、網路媒體、廣播媒體及電視媒體辦理政策宣導相關之廣告，應按月於機關網站資訊公開區中單獨列示公布，並由各該主管機關按季彙整送立法院。」