

教育部110年9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							3,195,500				
1. 教育部	友善育兒	網路	110年8-9月	國教署	單位預算	國民及學前教育行政及督導	250,000	凱絡媒體	利用Taipei Times綜合性英文報紙的特性，讓育兒補助的訊息能更多元的傳達	Taipei times網路媒體推播	
2. 教育部	防疫影片、廣播	廣播	110年9月	國教署	單位預算	國民及學前教育行政及督導	50,000	民視文化	透過電視、網路、廣播等媒體宣導學生防疫及疫苗接種	利用CDC的微用調推播	
		網路		高教司		高等教育行政及督導	150,000			透過網路社群媒體推播	
		電視		技職司		技術職業教育行政及督導	190,000			利用CDC微用廣播頻道推播	
3. 教育部	防疫、國際競賽等宣傳圖卡	網路	110年6-9月	高教司	單位預算	高等教育行政及督導	30,000	民視文化	製作圖文內容在FB社群推播	FB社群	
				技職司		技術職業教育行政及督導	37,500				
				師資司		師資培育與藝術教育行政及督導	70,000	凱絡媒體			
				資科司		資訊與科技教育行政及督導	50,000				
				國際司		國際及兩岸教育交流工作計畫	160,000				

教育部110年9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
4. 教育部	110年度「臺灣國際學生創意設計大賽計畫(TISDC)」	網路	110年1-12月	高教司	單位預算	高等教育行政及督導	500,000	亞洲大學	1. 使國內外參賽學生能於官網及粉絲專業獲取本競賽相關資訊，包含報名管道及步驟說明、競賽辦法、得獎作品線上展覽等。 2. 透過國內外媒體廣告購買，增加本競賽於世界各地區的曝光度，提升品牌能見度。 3. 透過實體及電子簡章、海報寄送予國內外高中職及大專院校設計相關系所，增加競賽訊息曝光與露出。	1. 官網及facebook粉絲專頁經營與廣告投放 2. 國內外設計媒體平面及數位媒體廣告購買 3. 競賽宣導簡章、海報等文宣設計(紙本、數位)	
5. 教育部	「我和我的孩子」親職手冊推廣計畫	網路	110年8-9月	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	776,000	國立空中大學	邀請Youtuber(蔡阿嘎)拍攝影片並於其Youtube影音平台等通路上架推播及宣傳，以觸及及提供更多家長參考運用親職手冊。	蔡阿嘎YOUTUBE頻道及臉書粉絲專頁	
	「我和我的孩子：一本給家長的手冊」製作開學禮袋宣傳圖卡		110年9-10月				13,000	鹹水文化製作有限公司	製作主題宣傳圖卡，於本部終身學習e起來社群媒體進行宣傳，以觸及及提供更多家長參考運用親職手冊。	本部終身學習e起來Facebook粉絲專頁	
6. 教育部	110年敬師月-教師節專刊案	平面	110年9月	師資藝教司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導	84,000	財團法人國語日報社	透過平面媒體宣導師鐸獎及教育奉獻獎精選得獎者教育小故事，以喚起社會敬師精神。	國語日報	
	110年敬師系列影片	網路					835,000	動靜影像有限公司	教師節影片宣導，總觸及人數達12萬人次。	行政院轉送電視臺插播短片、本部臉書專頁、教育廣播電臺	