

教育部111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							4,012,458				
1. 教育部	111學年度海外聯合招生計畫	網路	111.4.1-112.3.31	高教司	單位預算	高等教育行政及督導/02推動及改進大學招生制度	21,536	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」9月Google Ads廣告投放費用、掛稿服務費	
2. 教育部	教育家網站	網路	111.03.10-112.03.09(涵蓋期程)；111年9月計4次(刊登次數)	師資藝教司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導/05教師專業發展	100,000	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1萬5,000人次。	教育家網站	
3. 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	111.01.01-111.12.31(涵蓋期程)；111年9月計4次(廣播次數)	師資藝教司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導/05教師專業發展	48,334	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	
4. 教育部	「MUSE大玩家-探索知識COOL」	網路	111.07.01-111.09.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導/07建立終身學習推動組織	90,400	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@	

教育部111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
5. 教育部	我和我的孩子親職教育手冊宣傳	網路	111.08.01-111.12.31(合計6次)	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導/03推行家庭教育	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、NyoNyoTV妞妞TV	
6. 教育部	112年表揚本土語言傑出貢獻獎徵件活動	廣播	111.08.01-111.10.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導/02推動社區教育	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。		終身學習e起來臉書粉絲專頁及相關FB社群		
7. 教育部	教育部「SIT人才資料庫」計畫	網路	111.06.01-111.12.31	國際司	單位預算	國際及兩岸教育交流/05吸引國際學生來臺就學	2,688	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人才資料庫臉書及Instagram	
8. 教育部	交通安全	網路	111.09.01-111.09.30	終身司	單位預算	終身教育行政及督導/03推行家庭教育	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	三立家族:三立新聞/三立財經/三立台灣/三立都會/MTV	(回饋)

教育部111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
9. 教育部	校園防疫	電視	111.08.01-111.09.30	終身司	單位預算	終身教育行政及督導/03推行家庭教育	200,000	三立電視	拍攝校園防疫影片，並配上15種語言版本，在各電視台的防疫微用頻道中強力推播，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。	各電視台防疫微用頻道(共製作15種語版)	
				國際司		國際及兩岸教育交流/01辦理國際教育活動業務	200,000				
10. 教育部	敬師月	網路	111.09.01-111.09.30	師資司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導/03師資職前培育	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	
11. 教育部	數位教育	網路	111.09.01-111.09.30	資料司	單位預算	資訊與科技教育行政及督導/05資訊科技融入教學	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	
12. 教育部	1953反霸凌專線	平面	111.09.01-111.09.30	新聞工作小組	單位預算	一般行政/03分支推展一般教育及編印文教書刊	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	
13. 教育部	全國登山日	平面	111.09.08				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	
14. 教育部	改善校園環境	電視	111.06.01-111.09.30	資料司	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、無線台、英語新聞	
15. 教育部	國民體育日	網路	111.09.01-111.09.30	體育署	基金預算	運動發展基金之健全運動產業環境促進運動發展計畫	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	

教育部111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
16. 教育部	改善校園環境	電視	111.09.01-111.09.30	國教署	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、生生用平板、及有熱騰騰的午餐可享用等。	三立新聞台(專題)	
		網路					100,000			與網紅-CHEAP合作影片上CHEAP的YouTube	
		電視					0			三立家族：三立新聞/三立財經/三立台灣/三立都會/MTV有線綜合；三立台灣/三立都會/東森綜合/超視/緯來綜合 有線新聞：(東森新聞/年代新聞/壹新聞/三立新聞/民視新聞/TVBS新聞/東森財經/三立iNEWS/TVBS	(回饋)

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。」