

教育部
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年2月份

單位：元

序列	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
小計									1,152,353				
1.	教育部	青年教育與就業儲蓄帳戶方案宣導影片	青年教育與就業儲蓄帳戶方案宣導影片	電視	112.02.01-112.2.28	技術及職業教育司	無(協請行政院公益託播方式,無須支用預算)	無(協請行政院公益託播方式,無須支用預算)	無(協請行政院公益託播方式,無須支用預算)	無(協請行政院公益託播方式,無須支用預算)	透過公益託播廣播廣告,增進學生及家長對「青年教育與就業儲蓄帳戶方案」之瞭解,進而報名申請本方案。	台視、中視、華視、民視、原民台	(公益託播)
2.	教育部	技職動起來Facebook宣傳	以行政協助委請高雄科技大學辦理112-113年度職業試探體驗主題常設展聯合行銷計畫	網路(社群)	112.02.01-112.02.28	技術及職業教育司	總預算	技術職業教育行政及督導	7,612	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	
3.	教育部	突破表演藝術時空限制,教育部藝秀臺與你一起欣賞藝術	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(社群)	112.02.21-112.02.28	師資及藝術教育司	總預算	師資培育及藝術教育行政及督導	60,000	國立臺灣藝術大學	FB、IG導流至網站廣告曝光169,806次產生網站點擊2996次	FB、IG	本案為111-112年跨年度計畫(以111年度預算支應)
4.	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	112.01.01-112.12.31(涵蓋期程);112年2月計4次(廣播次數)	師資及藝術教育司	總預算	師資培育與藝術教育行政及督導	64,333	(非委託)部分補助社團法人中華民國全國教師會辦理	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	

教育部
媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國112年2月份

單位：元

序列	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.	教育部	教育家網站	教育家網站採購案	網路	111.03.10-112.03.09(涵蓋期程)；112年2月計4次(刊登次數)	師資及藝術教育司	總預算	師資培育與藝術教育行政及督導	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約6,000人次。	教育家網站	(以111年度預算支應)
6.	教育部	「真素沒想到！」短影片徵選競賽-網路宣導	以行政協助委託國立政治大學辦理數位時代影像媒體素養教育計畫	網路(社群)	111.10.01-112.05.31	終身教育司	總預算	終身教育行政及督導	48,457	國立政治大學	透過各式網路媒體宣導辦理「『真素沒想到!』短影片徵選競賽」，以期將媒體素養教育推廣至一般社會大眾，增進社會大眾資訊辨識能力。	FB、獎金獵人創意競賽平臺	(以111年度預算支應)
7.	教育部	「MUSE大玩家-探索知識COOL」活動	國立社教機構及文化機構聯合行銷計畫	網路(社群)	112.01.20-112.3.31	終身教育司	總預算	終身教育行政及督導	17,500	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。	1個facebook粉絲專頁，包括推廣本活動廣告投放、FB網路抽獎活動、統整Line@用戶資料、及寒假集章活動	(以111年度預算支應)
8.	教育部	教育部112年表揚推展本土語言傑出貢獻獎頒獎典禮及響應221世界母語日宣傳	教育部112年表揚推展本土語言傑出貢獻獎採購案	網路(社群)	112.02.01-112.2.21	終身教育司	總預算	終身教育行政及督導	20,000	傳動數位設計有限公司	透過Podcast網路社群響應221世界母語日活動並提倡於日常生活中說母語，期能國人能重視復振本土語言之工作。	親子天下-翻轉教育	

教育部
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年2月份

單位：元

序列	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	你聽過哪些臺灣語言？8種語言帶你用聽的體驗臺灣！ 教育部 X 臺灣吧 Taiwan Bar	以行政協助委託國立臺中教育大學辦理「教育部111-112年本土語言意識培力課程研發暨宣講工作計畫」	網路 (社群)	112.02.01-112.3.31	終身教育司	總預算	終身教育行政及督導	360,000	國立臺中教育大學	透過與臺灣吧合作製作動畫影片，廣宣國家語言發展法語言平權之訴求，提供民眾反思及意識到國家語言保存之重要性。	臺灣吧	
10.	教育部	「教育部111-112年本土語言意識培力課程研發暨宣講工作計畫」本土語言意識培力教材簡報模版	以行政協助委託國立臺中教育大學辦理「教育部111-112年本土語言意識培力課程研發暨宣講工作計畫」	網路 (社群)	112.02.01-112.12.31	終身教育司	總預算	終身教育行政及督導	39,060	國立臺中教育大學	於語文成果網公告本土語言意識培力教材分類簡報，為調整版面一致性，故優化簡報製作公版模組。	re-lab	
11.	教育部	宣導教育部響應2023世界母語日活動	教育部響應「2023世界母語日」活動勞務採購案	網路 (社群)	112.02.01-112.2.21	終身教育司	總預算	終身教育行政及督導	100,000	廣崴股份有限公司	透過Google Ads入口網站行銷，使用「多媒體廣告」(GDN)，製作活動專屬網站橫幅Banner，宣傳教育部響應「2023世界母語日」活動。	Google廣告	
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	112.01.01-112.12.31	學生事務及特殊教育司	總預算	學生事務與特殊教育行政及督導	37,586	國立教育廣播電臺	透過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	

教育部
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年2月份

單位：元

序列	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
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	112.01.01-112.12.31	學生事務及特殊教育司	總預算	學生事務與特殊教育行政及督導	29,992	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，有助於對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	
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	112.01.01-112.12.31	學生事務及特殊教育司	總預算	學生事務與特殊教育行政及督導	53,600	國立教育廣播電臺	透過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	112.01.01-112.12.31	學生事務及特殊教育司	總預算	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	
16.	教育部	TaiwanGPS海外人才經驗分享及國際連結計畫	以行政協助委託國立臺灣藝術大學辦理「TaiwanGPS海外人才經驗分享及國際連結計畫」計畫	網路(社群)	112.01.01-112.02.28	國際及兩岸教育司	總預算	國際及兩岸教育交流	150,000	國立臺灣藝術大學	鼓勵出國留遊學並提升報名本部獎學金人數	FB、IG、google 搜尋引擎	

教育部
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年2月份

單位：元

序列	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
17.	教育部	教育部「SIT人才資料庫」計畫	以政府採購法委託辦理111年度SIT(Study in Taiwan)人才資料庫計畫	網路	112.02.01-112.02.28	國際及兩岸教育司	總預算	國際及兩岸教育交流	5,280	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	(以111年度預算支應)

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。」