專案勞務採購規範書

一、名稱：

工研院產業學院人才訓練二部「無人機系列課程」社群廣告投放勞務委託案

二、委案事由：

為推廣工研院產業學院無人機系列課程，擬委託具數位廣告操作經驗之專業廠商，辦理社群廣告策略規劃、媒體投放、受眾設定及成效追蹤分析，以提升各課程曝光度、觸及招生目標族群，並增加課程詢問及報名轉換成效。

三、需求說明：

工作項目	工作內容說明	驗收文件
社群廣告策略規劃、投放及成效分析	**（一）廣告策略與規劃** 1. 依各課程之培訓內容、課程特色及招生需求，規劃專屬社群廣告策略與媒體投放計畫，並依執行需求調整。 2. 廣告內容以課程招生為核心，規劃流量導引及名單蒐集等廣告方向，提升課程資訊觸及率及潛在學員名單。 3. 依招生對象設定廣告受眾，參考年齡、性別、地區、興趣及相關需求進行分眾規劃，聚焦具課程參訓可能之族群。 4. 依廣告投放數據及受眾反應，適時調整廣告訴求、素材及投放配置。 **（二）廣告操作與執行** 1. 以 META（Facebook、Instagram）廣告平台為主要投放渠道，執行各各課程招生廣告。 2. 辦理廣告帳戶及廣告活動設定，包含受眾條件、版位、預算、投放期間、廣告格式及轉換目標等設定。 3. 依課程招生需求規劃廣告素材及文案，素材提供至少 2 次校稿 / 調整機會，經本院確認後執行投放。 4. 投放期間持續監控廣告曝光、觸及、點擊及名單等數據，視執行成效進行預算配置及廣告內容優化。 5. 如有必要，依實際投放成效調整廣告格式或投放配置，並與本院保持執行進度溝通。 **（三）成效監測與結案報告** 1. 投放期間定期檢視廣告成效，追蹤曝光數、觸及人數、點擊數、點擊率、名單數及相關成本等指標（依平台可提供數據為準）。 2. 依數據表現分析受眾反應及素材成效，提出投放調整及優化建議。 3. 廣告投放結束後，彙整完整投放成果，提出成效分析及後續廣告投放建	廣告曝光結束之後 10 天內，提供課程廣告投放效益分析與之後投放建議書 1 式

	議。	

四、工作期程及驗收：

廠商應依本院確認之各課程招生期程及雙方議定之廣告排程執行，實際投放起訖日、投放天數及預算配置依核定報價及雙方確認內容辦理。各項工作完成後，廠商應提供本規範所列驗收文件；廣告投放結束後 10 日內提交結案成效分析報告及後續投放建議，經本院複審確認後辦理驗收。

五、個人資料保護：

如廣告名單蒐集或執行過程涉及個人資料，廠商應遵循個人資料保護法及相關法令，載明個資蒐集、處理、利用及保管之管理措施，並僅得於本案目的及授權範圍內使用，不得擅自留存、提供或移作他用。

六、資料保密：

廠商於執行本案期間所取得之課程資料、招生資訊、廣告數據、名單及其他相關資料，均應善盡保密及保管責任，未經本院事前書面同意，不得對外揭露、交付第三人或作本案以外之用途。

七、智慧財產權：

廠商因執行本案所完成並交付之廣告文案、設計素材、報告及其他成果，其智慧財產權及所有權依雙方契約約定辦理；除依法不得讓與之權利外，廠商應確保本院得於業務及招生宣傳目的範圍內使用、重製、修改及轉換格式。廠商並應確保交付成果未侵害第三人權利。

八、違約及損害賠償：

廠商如有仿冒、侵權、違反保密義務或違反相關法令等情事，致本院受有損害或涉負民、刑事責任時，廠商應依法負責，並賠償本院因此所受之一切損害 (包含但不限於訴訟及律師費用)。