深圳大学MOOC课程制作

供应商预选

**招 标 文 件**

（招标编号：SZU2016157FW）

深圳大学招投标管理中心

二零一六年六月

**投标邀请书**

　　经深圳大学批准，现就 深圳大学MOOC课程制作供应商预选 项目进行公开招标，欢迎符合条件的企业参加投标，具体事项如下：

1.招标编号：SZU2016157FW

2.项目名称：深圳大学MOOC课程制作供应商预选

3. 投标人资格要求：

(1) 投标人须是在中华人民共和国境内注册的有合法经营资格的法人或者其他组织；（证明文件：法人或者其他组织的营业执照（依法不需申请营业执照的使用法定的登记注册证明文件）复印件加盖投标人公章）。

(2) 投标人须具有影视制作、广告制作等资质或经营许可；（证明文件：须提供相关证书复印件加盖投标人公章）。

(3) 本项目不接受联合体投标。

4. 投标报名地点:深圳大学办公楼236-2室。报名时需提供投标人资格证明文件复印件（加盖公章）。

5. 招标文件发售时间: 2016年6 月21 日（上午9:00-11:30；下午:14:30-17:30） 至 2016年7 月01 日（上午9:00-11:30；下午:14:30-17:30）（北京时间，节假日除外）。本项目收取标书费150元。

6. 截标时间：2016年7月 04 日（星期一）15:00 （北京时间）

7. 开标时间：2016年7 月04 日（星期一）15:00 （北京时间）

8. 开标地点：深圳大学办公楼237-1室。投标书直接送至开标室。

9. 已领取了招标文件，而不参加投标的供应商，请在开标前3个小时前以书面形式通知招投标管理中心，若该项目因不足三家而导致重新招标，未予书面通知的单位将被取消重新参加该项目投标的资格。

招标机构名称：深圳大学招投标管理中心

联 系 人：孙老师 电话：（0755）2653 1103

王老师 电话：（0755）2653 1129

招投标投诉电话：0755-26535738 投诉邮箱：CHENJC@SZU.EDU.CN

受理单位: 深圳大学招投标管理中心

纪委监督电话：(0755)2653 4925

**投标人须知**

**一、投标人资格要求：**

(1) 投标人须是在中华人民共和国境内注册的有合法经营资格的法人或者其他组织；（证明文件：法人或者其他组织的营业执照（依法不需申请营业执照的使用法定的登记注册证明文件）复印件加盖投标人公章）。

(2) 投标人须具有影视制作、广告制作、平面设计等资质或经营许可；（证明文件：须提供相关证书复印件加盖投标人公章）。

(3) 本项目不接受联合体投标。

**二、投标报价和货币**

投标报价应包括但不限于：创意设计费、前期拍摄费、后期制作费、教学资源美化加工费、课程资源上传费、版权费、售后服务费用等相关一切费用。

投标货币：人民币

**三、投标书的编制和递交**

　　投标时需提供投标书正本一份、副本四份（份数不符作废标处理），并在投标书封面上注明。投标人编制的投标书中须包含以下材料（加盖公章）：

　　1、投标报价表；

　　2、投标人法人代表授权书；

　　3、投标承诺函；

　　4、企业营业执照、组织机构代码证、税务登记证；

　　5、资质证书；

　　6、投标人认为需要提供的其他材料（如经营业绩<须附合同复印件或中标通知书复印件>等）。

　　缺少上述1～5的任一文件，视为对实质性条款的不响应，将导致投标无效。

**四、投标保证金**

　　本项目投标保证金10000元，投标保证金需通过投标人基本账户以转账的方式缴纳至深圳大学基本账户。

　　户名：深圳大学

　　开户行：中国银行深圳深大支行

　　账号：748467064612

备注：项目编号

**提交投标文件时，必须提供银行存款凭证或转账回单的复印件。**

　　开标后一个月内办理未中标投标人的保证金退还手续，项目合同签订后一个月内办理中标投标人的保证金退还手续，咨询电话：26057039。

　　若发生下列任何一种行为，招投标管理中心在书面通知投标人（或中标人）后没收其投标保证金：

　　1、投标人在投标文件中规定的投标有效期内撤回其投标；

　　2、中标人在中标公示期(公示期为72小时)后五个工作日内未领取中标通知书；

　　3、中标人在中标通知书中规定期限内未与采购人联系签订合同；

　　4、经政府采购招标管理部门审查认定投标人有违反《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国政府采购法》等有关法律法规的行为。

**五、投标有效期**

　　投标文件将在投标文件递交截止后60天内有效。投标有效期不足的投标文件将被拒绝。

**六、评标方法**

采用综合评分法。综合得分60分以上者按得分高低排名，入选数不超过5家。

**七、预选供应商有效期**

合同签订之日起至-2018年5月30日。

特殊项目可超出预选供应商范围进行采购。

**八、具体课程制作的供应商选择方法和原则**

鉴于每门MOOC课程在制作时间、制作要求等方面的差异性，每门MOOC课程原则上将采用竞价招标的方式在预选供应商范围内选择课程制作商。2016年已立项课程总量为20余门，2017年与2018年课程数量暂不确定。

**九、本项目的最高限价**

文科类课程最高限价为每课时人民币3780元，理工科课程最高限价为每课时人民币4320元。宣传片最高限价为人民币20700元。

对于经招标代理人资格审核通过的投标人，评委会按照以下程序进行评审：

1、符合性检查

符合性检查：出现下列情况之一，该投标将被予以否决。

* + 1. 投标资格不满足招标要求；
    2. 有效期及保证金金额不满足招标要求；
    3. 投标报价超出预算控制金额；
    4. 投标文件未能实质性响应招标要求；
    5. 未按照招标文件要求对合同专用条款进行响应；
    6. 出现其他不符合招标文件规定的废标情况。
    7. 中标后深圳大学将可能进行现场调查一经发现提供虚假资料及证明材料，将取消预选供应商资格。
  1. 评分权重

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 评分内容 | 商务 | 技术 | 报价 |
| 分值 | 20分 | 55分 | 25分 |

3、商务评分（20分）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 评分项目 | 评分标准及分值 |
| 1 | 以往业绩 | **评审项目：同类有效业绩（14分）**  **评审标准：**   1. 投标人每提供一个课程制作服务的合同，且合同金额在人民币十万（含）以上有效业绩的，即得3分；如该合同同时也是MOOC制作合同，则得4分，以此类推，最多得8分。 2. 投标人每提供一个电视广告类服务合同的，且合同金额在人民币二十万（含）以上有效业绩的，即得1分，以此类推，最多得3分； 3. 投标人每提供一个平面设计类服务或网站建设类服务合同的，且合同金额在人民币十万（含）以上有效业绩的，即得1分，最多得3分； 4. 未提供或不能有效证明的，不得分。   **证明文件（同时满足以下要求）：**  须提供合同关键页复印件加盖投标人公章且时间为2013.6.1-2016.5.31期间。 |
| 2 | 服务所在地 | **评审项目：服务所在地（3分）**  **评审标准：**  1、投标人有深圳本地服务能力者，得2分；  2、投标人有深圳及外地服务能力者，得3分；  **证明文件（同时满足以下要求）：**   1. 经年检的营业执照； 2. 在深圳本地并且有效期在本次招投标期间内有效的房屋租赁合同或房产证复印件加盖投标人公章，异地服务能力证明需提供不少于3个异地的相关项目合同。   3、在租赁场地拍摄课程的若干照片，包括场地、人员、设备等。 |
| 4 | 后续保障服务 | **评审项目：后续保障服务（3分）**  **评审标准：**   1. 投标人可以提供一年内免费修改服务的，得2分； 2. 投标人可以提供后续有偿修改服务的，得1分； 3. 投标人不可以提供修改服务，得0分；   **证明文件：**  公司开具后续服务保证书，并加盖公章。  **备注：**  后续保障服务是指：课程上线运行后一年内，制作方需提供必要的修改服务。当修改量不超过原工作量的5%，且修改内容为字幕修改、个别画面调整、个别视频片段的编辑修改等时，制作方提供免费修改服务。当课程需做大面积修改，如重新或增加课程拍摄、重新或增加视频编辑等，制作方提供有偿服务。 |
| 备注：   1. 以上各条款，不提供或不能有效证明文件的，均不得分。 2. 如评审过程中,评标委员会要求投标人提交原件的，其需要在规定时间内及时递交。如未提交，相关内容将无效，不作为评审依据。 3. 有异地课程制作服务的课程，深圳大学可以另行组织招标。 | | |

1. 技术评分（55分）

技术评分部分不仅需要提供方案，同时必须由项目负责人进行现场陈述与答辩，请项目负责人进行准备。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 评分项目 | 评分标准及分值 |
| 1 | 设计方案 | **评审内容：对项目的认识与设计方案评价（20分）**  **评审标准：**  根据项目负责人的陈述以及提供的方案，横向比较评分：   1. ▲ 对国内外MOOC发展的理解和认知情况，包括MOOC课程的理   念、国内外MOOC平台概况、对由深圳大学发起成立的全国地方  高校UOOC联盟发展概况、MOOC与传统课堂的比较、其他等。  横向比较，分档评分：优：8-10；良5-7；中1-4；差0 。   1. ▲ MOOC课程设计方案，包括MOOC课程拍摄前的画面设计、MOOC课程后期编辑的设计构思、对MOOC课程拍摄与制作的重点和难点的分析、对MOOC课程拍摄与制作的合理化建议、其他等。   横向比较，分档评分：优：8-10；良5-7；中1-4；差0。  （MOOC课程设计方案可举例说明） |
| 2 | 服务能力 | **评审内容：服务能力（20分）**  **评审标准：**   1. 投标人提供以往作品展示，最多得6分。 2. 投标人配备负责过20万元以上项目8年以上工作经验的制作总监或项目负责人的，得2分；3-7年工作经验的，得1分，其余得0分；   3、投标人每配备一个5年以上工作经验的编导的，即得1分，以此类推，最多得2分；  4、投标人每配备一个3年以上工作经验的摄像师的，即得1分，最多得2分；  5、投标人每配备一个3年以上工作经验的编辑师的，即得1分，最多得2分；  6、投标人每配备一个3年以上工作经验的平面设计师的，即得1分，最多得2分；  7、投标人每配备一个3年以上工作经验的动画设计师的，即得1分，最多得2分；  8、投标人每配备一套广播级摄像设备的，即得1分，以次类推，最多的2分；  **证明文件：**   1. 各岗位工作人员的学历证书复印件、工作履历表，最近3个月的社保的缴费明细并加盖公司章； 2. 超过20万元以上项目的合同复印件及负责人员证明，并加盖公司章。 3. “广播级摄像设备”需提供照片及实属本公司所有的公司证明。   **备注：**  允许岗位兼任。 |
| 3 | 项目组织实施方案 | **评审内容：项目组织实施方案（15分）**  **评审标准：**  依据投标人提供的服务方案中对项目的人员安排、进度计划、服务组织计划，横向比较，分档评分：优12-15分；良7-11分；中1-6分；差0分。  注：未提供或提供的方案不符合要求的，不得分。 |

5、价格评分（25分）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 评分项目及分值 | 评分标准 |
| 1 | 文科类课时报价价格评分（10分） | 该三项得分均采用以下计算方法，价格评分总分为该三项得分之和  价格分= [1-A×│１－投标报价／Z│] ×价格权重×100  Z---即本次招标的最佳报价，即对所有通过资格性检查和符合性检查且报价不超过预算控制金额的有效投标报价取算术平均值，并对算术平均值下浮5%作为本次招标最佳报价。  Ａ---价格调整系数，当投标报价低于本次招标最佳报价时,A=0.5;当投标报价高于本次招标最佳报价时,取A=1  当价格分<0时，取0 |
| 理工科类课时报价价格评分（10分） |
| 2 | 片花报价价格评分  （5分） |
| 备注：  1、每课时的对应视频长度为30-45分钟。  2、此处报价将作为投标人今后课程制作报价的重要依据，今后课程投标不得超过此次报价。 | | |

6、评分汇总

1. 商务评分汇总时，将在评委评分中去除一个最高分和一个最低分，取算术平均值得到商务得分。
2. 技术评分汇总时，将在评委评分中去除一个最高分和一个最低分，取算术平均值得到技术得分。
3. 报价得分：按报价评分公式计算。
4. 总得分 ＝商务得分＋技术得分＋报价得分

**用户需求书**

1. **项目名称：**深圳大学慕课课程制作服务供应商预选。
2. **项目背景**

由深圳大学倡导发起,2014年5月成立的“全国地方高校UOOC联盟”，经过一年的发展，目前上线课程数和加盟的成员高校数量都在不断增加。随着今年3月份第二批课程的成功上线，UOOC联盟的发展逐步迈入规范化、可持续的发展轨道。为了加快优质课程转化成慕课课程的进程，保质保量地促进UOOC联盟的大发展，深圳大学需要为课程教师提供优秀的、专业的课程制作服务支持，特此向社会征集课程制作服务供应商。

慕课是近年来发展起来的新的教学形式，是将高等教育课程经过一系列适应网络教学的转化后通过互联网教学平台大范围地传播给更广泛的受众。慕课课程制作既不同于课堂实录，也不同于教学片，它是授课视频和诸多教学环节的有机整合，需要制作方不仅要擅长影视制作，还要了解教学规律、理解MOOC内涵、熟悉互联网教学应用等，所以对影视制作公司综合素质的要求比较高。另一方面，因为联盟发展的需要，各门课程将陆续开始进入制作环节，为了加快进度、保证质量、简化流程，此次特向全社会进行公开招标，预选出不超过5家供应商作为今后课程制作的候选，以满足联盟快速发展的需要。

1. **项目建设原则和要求**

本项目作为我校慕课课程建设的组成部分，必须遵循以下原则，达到要求：

1. 标准化和规范化原则。制作完成的课程应具备标准化的属性，能提供各种规范的应用和服务，与我校目前及后续的教学管理系统实现对接和共享。
2. 美观和实用并重原则。视频课程必须注重画面的美观度，同时要更加关注用户体验；画面简洁、清晰，设计具有吸引力的效果，能够有效保持学生的学习兴趣度。
3. 知识产权保护原则。
4. 课程的所有权及相应权益归属采购方。未经采购方许可，服务提供商不得以任何形式侵犯其所有权，否则，采购方有权依法追究其法律责任，并要求服务提供商赔偿因此造成的甲方损失（包括但不限于物质损失、名誉损失）。
5. 本项目服务提供商必须保证视频中由制作方提供的资源必须拥有完全知识产权，或者取得著作权人的授权，必要时提供相应的具有法律效力的证明文件。制作方需妥善解决网络传播权。所有知识产权、网络传播权纠纷由服务提供方承担责任，采购方免责。此条款投标人必须全部满足并提供具有法律效力的书面承诺。
6. **服务需求**
7. 服务提供商不仅要擅长影视制作，还要有教育行业服务经验，了解教学规律、理解MOOC内涵、熟悉互联网教学应用等，配备高水平的制作人才。
8. 服务提供商需提供专业的摄像设备、音频设备、灯光设备和后期编辑设备；
9. 服务提供方必须但不限于配备以下人员：负责过20万元以上项目且有8年以上工作经验的项目负责人、负责过20万元以上项目且有3年以上工作经验的策划师、5年以上编导工作经验的编导、3年以上工作经验的摄像师、3年以上工作经验的平面设计师等；
10. 服务提供商还需提供以下专业人员服务：化妆师、形象设计师、灯光师、场记、片头制作师、课程精剪师、特效包装师、二维动画师&三维动画师、字幕制作师、视频格式转换等。
11. 授课视频制作
12. 协助教师完成适用于课程的分镜头脚本撰写，并协商达至一致意见后开始制作；
13. 教学视频需符合慕课教学的特点：以知识点为单元的短视频、一对一面授氛围、教师仪态自然放松、教师着装得体、知识点表达准确、画面美观并符合教学规律、画质音质清晰等；
14. 负责将教师提供的授课文档按照需要制作成授课用的PPT课件，或者对教师提供的PPT课件进行适应MOOC课程教学的调整，包括但不限于重新排版、美化、字体字号调整、统一风格等。
15. 乙方在后期剪辑授课视频中，应配合教师对教学效果的要求，积极合理地运用插图、特效、动画等多种手段。
16. 教师视频过程中，需始终保持和教师的良性沟通，认真听取教师意见，积极提出合理化建议。
17. 制作方交付的视频成片的质量和技术指标基本要求如下：
18. 每段视频一般不超过15分钟；画质、音质清晰，播放流畅。
19. 视频压缩采用H.264/AVC (MPEG-4 Part10)编码、使用二次编码、不包含字幕的MP4格式。视频动态码流的最高码率不高于2500 Kbps，最低码率不得低于1024Kbps。前期采用标清4:3拍摄时，视频分辨率设定为 720×576；前期采用高清16:9拍摄时，视频分辨率设定为 1024×576。视频帧率为25帧/秒。扫描方式采用逐行扫描。采用MP4封装。
20. 音频压缩采用AAC(MPEG4 Part3)格式；采样率48KHz；音频码流率128Kbps (恒定)；信噪比不低于48db；双声道，并做混音处理；成片声音清晰、饱满、圆润，无失真、噪声杂音干扰、音量忽大忽小现象；声音和画面同步。
21. 所有视频播放时配备中文字幕，字幕文件格式为独立的SRT格式。
22. 课程宣传片制作

制作方需根据每门课程的特点，定制宣传片的脚本和创意。宣传片片长一般不超过3分钟，要求突出课程特点、教师个人风格，同时语言精练、富有感染力、画面精美、创意独特。

1. 基于教学平台的课程网站建设
2. 教学资源美化加工。除授课视频外，制作方需将其他相关的教学资源重新美化加工，包括PPT+授课录音，PPT+录音等形式的教学视频、PPT课件、WORD文档、插图、录像资料、链接，并保证资源均能够在线正常打开。
3. 教学资源上传。制作方需熟悉教学平台的操作，将教师提供的所有教学资源（包括但不限于：教学视频、课间问答、课后作业、测验和考试等）上传至平台并严格测试以保证课程正常运行。
4. 完成课程门户首页内容建设。制作方需帮助教师完成课程门户首页内容搭建，包括但不限于：课程封面图片设计、课程宣传片、教学目标、教学大纲、教师团队建设、考试安排等栏目。栏目内容有教师提供，制作方负责上传和版面美化。
5. 后续修改服务

课程上线运行后一年内，制作方需保证提供必要的修改服务。当修改量不超过原工作量的5%，且修改内容为字幕修改、课程封面图片、个别画面调整、个别视频片段的编辑修改、少量教学资源美化、课程章节调整等时，制作方提供免费修改；当教师需对课程做大面积修改，如重新或增加课程拍摄、重新或增加视频编辑等，制作方提供有偿服务。

10、工期要求

另行签订课程制作协议约定。

**附件 （投标文件格式）**

**投标文件资料清单**

**目 录**

**附件一 法定代表人授权书、投标承诺函**

**附件二 企业综合概况**

**附件三 商务文件**

**附件四 技术文件**

**投标一览表**

投标人名称：

招标编号：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 包号 | 项目名称 | 分项 | 投标价 | 备注 |
|  | 深圳大学2016年慕课课程制作供应商预选 | 文科课程每课时制作费 |  |  |
| 理科课程每课时制作费 |  |  |
| 片花制作费 |  |  |

投标人代表签字（加盖公章）：

日期：

**附件一：法定代表人授权书、投标承诺函**

**法定代表人授权书**

**深圳大学招投标管理中心：**

兹授权： （授权代表全名）先生/女士作为我公司的合法授权代理人，参与贵单位组织的采购项目投标和谈判。

采购编号：

项目名称：

授权权限：全权代表本公司参与上述采购项目的投标和谈判，并负责一切文书资料的提供与确认。

有效期限：与本公司投标文件中标注的投标有效期相同，自法人代表签字之日起生效。

授权代理人： （亲笔签名） 联系电话：

职 务： 身份证号码：

公司名称： （公章） 营业执照号码：

法定代表人： （亲笔签名） 联系电话：

职 务： 身份证号码：

生效日期：2016年 月 日

注：本授权书内容不得擅自修改。

**投标承诺函**

致：深圳大学招投标管理中心：

根据采购编号为 号，项目名称为 公开招标文件的要求，(全名及职衔) 经正式授权并以供应商 （供应商名称、地址）的名义进行投标。投标文件包括唱标函**一份**、正本**一份、**副本**五份**。

签字代表在此声明并同意：

1、我方同意并接受公开招标采购文件的各项要求，同意并遵守公开招标采购文件中的各项规定，按公开招标采购文件的要求提供投标文件。

2、投标有效期自递交投标文件之日起60天。

3、我方已经详细地阅读了全部采购文件及其附件，包括修改或补充文件(如果有的话)。我方已完全理解采购要求，并同意放弃对这方面有不明及误解的权利。

4、我方同意向采购方提供有关采购的其他证明资料。

5、我方承诺所有在本次采购中提供的所有文件，无论原件还是复印件均是真实的。

6、我方理解并接受采购人并无义务必须接受最低报价的供应商或其他任何供应商。

7、所有有关本次采购的事项，请按下述方式与我们联系：

供应商名称： （公章）

供应商地址：

授权代表姓名（印刷体）：

（手写签名）：

联系电话：

传真：

日期：

注：本投标承诺函内容不得擅自修改。

**附件二：** 企业综合概况

**企业概况**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 企业注册名称 |  | | | 成立日期 |  |
| 企业法人代表 |  | 注册  资金 |  | 企业性质 |  |
| 地址 |  | | | 电话 |  |
| 邮政编码 |  | | | 传真 |  |
| 经营范围 |  | | | | |
| 企业简历 |  | | | | |
| 企业的银行帐号 | 全称：  帐号：  开户行名称： | | | | |

可另附文字描述：企业性质、发展历程、经营规模及服务理念、技术力量等。

投标人图片描述：主要或关键产品介绍、主要业绩等。

（对引用他人图片的须注明图片来源）

**附件三：商务文件**

供应商名称（公章）：

内容必须包括的：

相应的资质证书、营业执照、税务登记证、企业组织机构代码证复印件加盖公章。

评分表中打分细项要求提供的：业绩、投标人注册资金、售后服务机构所在地证明等。

**附件四：技术文件**

**设计方案、服务能力、项目组织实施方案**

按评分表中打分细项要求编写

文件袋封面格式

|  |
| --- |
| **深圳大学2016年慕课课程制作供应商预选项目投标文件**  **内容：唱标信封 /正、副本文件**  投 标 人：  招标编号：  项目名称：  **在2016年 月 日 之前不得启封**  **递交地点：深圳大学** |

**唱标信封另单独封装并按下列顺序装订：**

1. 投标报价表 原件（加盖公章）；
2. 投标人营业执照副本复印件（加盖公章）；

**重要提示：**

1 唱标信封与正、副本必须分开单独封装并标贴此封面，封口处加盖公章。

2 开标报价内容与投标文件报价必须一致，否则，以唱标信封开标报价为准。

3 递交投标文件时务请提早到达！

**保证金退还**

深圳大学招投标管理中心：

我方参加编号为： 项目投标，投标保证金缴纳情况为以下第 种：

第1种：已缴纳工程项目预选供应商本年度投标保证金壹万元整。

第2种：已缴纳长期投标保证金壹万元整。

第3种：已缴纳本项目投标保证金伍仟元整，缴款账户为：

户名：

账号：

开户行：

投标人名称： （公章）

投标代表签名

联系电话

日期