**西安交通大学MBA项目苏州实习实践基地**

**教学管理辅助服务采购需求**

**一、采购标的需实现的功能或者目标，以及为落实政府采购政策需满足的要求：**

**（一）采购目标**

本项目要求中标供应商为西安交通大学经济与金融学院MBA项目提供2025～2027级在苏州实习实践基地开展品牌宣传推广、非学位课程和实践性模块课程等的教学管理和学生管理提供辅助服务，不断提升项目在本区域及全国的品牌影响力，改进教学效果，提升人才培养质量和服务水平，促进MBA项目高质量发展。

**（二）为落实政府采购政策需满足的要求**

根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库【2020】46号）规定，本项目专门面向中型、小型、微型企业采购,中标公司应为中型、小型、微型企业，且不再执行价格评审优惠的扶持政策。

本项目采购标的对应的《中小企业划型标准规定》所属行业为：其他未列明行业。

**（三）中标公司资质要求**

在以上要求的基础之上，投标公司需提供项目负责人具有5年及以上教育教学服务工作经验的证明，并出具相关业绩证明1个。

**二、采购标的需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范：**

无

**三、采购标的概况**

（一）采购项目名称：西安交通大学MBA项目苏州实习实践基地教学管理辅助服务

（二）采购数量及服务人数：

2025级合同签订后 1个月内，需提供（1）苏州地区报名2025年全国硕士研究生招生考试西安交通大学MBA项目的学生信息，不少于100人；（2）苏州地区参加西安交通大学2025年MBA“卓越管理人才夏令营”综合考核学生信息，不少于80人；（3）按照合同约定完成后续服务。

采购数量3次，包括2025级、2026级、2027级**三个年级**MBA项目品牌宣传推广、教学管理辅助服务，西安交通大学批准的人数约212人。

（三）最高限价：人民币 882.98万 元。按本采购文件所载批准人数测算。若采购方调整学生人数，服务内容、服务人数和服务金额以调整后的情况为准。2025级～2027级合同金额分别占标的总金额的30%、35%、35%。

（四）服务期限：合同按项目年级签订，提供全周期服务，每级有效期三年；后续年级的服务合同签署与否，由采购人视履约验收情况而定，如签订2027级合同，合同服务期至2030年7月结束。

（五）服务地点：苏州。

（六）付款进度安排：根据当年实际报到注册的2025级～2027级学生实际人数结算，结合相关的教学管理辅助服务工作情况，考核合格、中标公司提供正规发票后，每一级合同第一年、第二年、第三年结束之前一个月分别支付合同总额的至多不超过40%、40%、20%。

(七)报价说明

1.本项目报价为完成本项目的全部相关服务费用明细。

2.本项目报价包含中标公司应支付的税费和其他相关费用。

3.以当年实际服务的学生人数为结算基准。

**四、采购标的需满足的质量、安全、技术规格、物理特性等要求：**

**（一）采购要求**

1.投标方需自行负责建立拓展宣传渠道，提供科学、合理和有效的品牌宣传推广方案，包括并不限于开展项目咨询、线上和线下品牌宣传等，确保为采购方推荐优秀生源并达到预期的生源规模；

2. 投标方需协助采购方为当地学生提供开展教学活动的必要条件，协调解决教学过程中出现的问题，提供必要措施确保学生教学与实践活动中的人身安全，协助采购方完成教学活动与实践活动的安全有序进行；

3. 投标方协助采购方进行教育教学安排，协助授课教师完成教学资料的整理、教材预定、课后作业的收集、整理以及课后教学评估、教学后勤保障等工作；

4. 投标方按照采购方要求选择合适的授课场地并负责场地的布置与安排，配备的教学设备包括但不限于电脑设备、投影仪、麦克风等，配备专职教学辅助人员，做好授课教师的接待和食宿安排，保证教学活动的顺利进行；

5. 投标方协助采购方督促学生完成培养计划各教学环节的学习，完成考试等工作的协调服务；督促学生完成论文开题、中期考核、回校答辩等任务，督促学生按期毕业；

6. 投标方负责做好学生思政、班级建设、学生管理及开学和毕业典礼等工作，完成学生学籍信息采集、资料发放、各类统考组织、出国选拔和评优评奖等工作；

7. 投标方协助采购方完成实习实践课程并对学生实践过程进行监督，协助采购方开发学生实习实践基地，按采购方要求推荐当地有影响力的企业家作为校外导师人选，并协助做好考察及管理工作；

8. 投标方协助采购方做好各类型评估、认证所需的工作，及时提供所需要的材料；

9. 投标方应积极组织各类学生活动并通过网站进行及时报道；定期开展校友活动，跟踪报道优秀校友事迹；

10.在学生最长学习期限内（最长服务期内），协助为学生提供教育教学有关服务；

11. 投标方须接受采购方对以上各项服务质量、效能的监管及评估，并提供过程记录和相关质量报告。

**（二）服务实施要求**

1.项目实施总体进度要求

中标公司签订合同时根据采购方的要求，制定服务计划及资源保障计划，并按计划实施。

2.项目团队要求

中标公司应建立专业的项目宣传推广和教学辅助服务人员队伍，包括项目负责人、项目宣传推广专员、项目教学管理专员、项目学生管理人员等。团队规模至少5人及以上，需提供用工合同和社保证明。项目服务主要负责人在本项目中的岗位职责及管理权限清晰，并配备经验丰富的项目服务业务人员承担本项目工作。中标公司应定期对其工作人员进行党建思政、法律法规、教学规范、班级组织建设等相关的培训。

3.服务管理要求

（1）中标公司应严格执行《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国劳动合同法》及服务所在地最低工资标准等相关法律、法规并依法与服务人员签订劳动合同，并办理各种用工手续。如因用工不当，给采购方及服务人员造成的损失应由中标公司承担（中标公司应提供承诺函进行响应，格式自拟）；

（2）中标公司从业人员在服务期间发生伤亡事故，或在服务过程中造成第三人伤亡的，责任由中标公司承担（中标公司应提供承诺函进行响应，格式自拟）；

（3）中标公司应制定详细的服务实施方案文本，并根据采购方要求开展项目宣传推广及辅助教学服务等工作；

（4）中标公司需在合同签署10个工作日内向采购方缴纳20万元履约保证金。采购方为中标公司开具履约保证金收据。中标公司如有违规行为时，采购方有权从其履约保证金中扣除一定金额，作为损失赔偿。合同期满后，双方核算履约保证金剩余金额，并无息退还中标公司；

（5）中标公司制作的宣传资料及项目宣传渠道须经采购方审核后方可实施；

（6）在履约过程中，如中标公司所提供服务未达到约定服务成效，影响项目的服务质量，采购方可随时解除合同；

（7）中标公司应定期及时向采购方通告相关的重大事项及进展情况。在服务期间内，采购方对中标公司所提供的服务内容和服务质量进行定期考核，如考核不合格，采购方有权立即终止合同；

（8）中标公司接受项目行业管理部门及政府有关部门的指导，接受采购方的监督；

（9）如上级主管部门关于专业学位办学的政策发生变化，服务内容以上级部门发布的最新政策为准（中标公司应提供承诺函进行响应，格式自拟）。

（三）服务承诺

1.本项目的学费统一定价，并由西安交通大学负责统一收取学生的学费。中标公司不得擅自收费或更改费用数额，亦不得篡改收款账户信息；

2.根据采购方的项目管理要求和时间进度安排，在规定的时间内完成当年年度意向学生的挖掘，并使报考人数及录取人数达到规定要求；

3.服务提供过程中，中标公司需保证市场宣传推广及教学服务过程中给学生所提供的所有相关信息与采购方提供的信息完全一致。如因中标公司传达的信息有错误、不准确、不完整，给采购方造成名誉、形象、经济、知识产权等方面损失，采购方有权单方终止协议，并要求中标公司赔偿相应损失；

4.中标公司只能为采购方提供专业学位教育服务，不得以任何方式与其他单位（包括高校）开展与本项目相同或相似的任何培训、经营和服务。如中标公司已与其他单位建立与本项目专业相同或相似的合作关系，中标后应将这些服务合同在采购方处备案，并在与其他单位有关合同服务期满后终止服务关系。否则，采购方有权终止已签署的合同；

5.中标公司应釆用合理的方式和必要的举措来保护项目相关的学生信息及教学资料的安全，保证相关信息不被窃取、损害或在未授权的条件下被使用；

6.中标公司在项目进行中按照合同履行相关责任，将涉及本项目的所有内部资料、技术文档、数据和信息保存完整，记录清晰，并予以保密，维护采购方的品牌声誉。

1. **采购标的需满足的服务保障要求**

1.服务保障期：项目学制为三年，每一级学生在校学习时间为三年。三年合同期结束之后，如有学生因故未能按计划完成学业，中标公司需继续提供相关服务至学生毕业为止。

2.服务响应时间：成立售后服务小组，保障提供7\*24小时服务。在服务期内全力配合采购方要求，在接到通知后2小时内响应，如有需要应在 24 小时内派遣项目负责人前往采购方指定地点协商相关事宜。

**六、评分标准**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 评分因素及权重 | 分值 | 评分标准 |
| 1 | 投标报价10% | 10分 | 满足招标文件要求且把投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他中标公司的价格分按照下列公式计算：投标报价得分=（评标基准价/投标报价）x10%x100  注：（1）评标过程中，不得去掉报价中的最高报价和最低报价。  （2）因落实政府采购政策进行价格调整的，以调整后的价格计算评标基准价和投标报价。 |
| 2 | 服务能力10% | 执行团队5分 | 对项目团队，包括负责人、项目宣传推广专员、项目教学管理专员、项目学生管理人员配置等进行综合评价：  （1）团队负责人：具有本科及以上学历得1分（提供学历证、学位证），本科以下学历不得分；  具有6年及以上教育教学服务经验得1分，不够6年不得分；  （2）团队其余成员：本科及以上学历2人及以上得2分（提供学历证、学位证），不满足条件不得分；  （3）满足项目要求，项目团队经验丰富、分工合理、职责明晰，得0～1分。 |
| 软硬件保障5分 | 可提供能满足授课和教学辅助服务的教学场所（教室、研讨室及服务办公室）和齐全的教学设备，满足项目使用要求：  （1）投入的教室宽敞，提供70人以上座位的教室1间，提供20人以上座位的研讨室1间，提供服务办公室1间，设备设施配置齐全，有力保障项目运行，得3～5分；  （2）投入的教室较为宽敞，基本能提供70人以上座位的教室1间，提供20人以上座位的研讨室1间，提供服务办公室1间，设备设施基本齐全，基本保障项目运行，得0～3分；  （3）投入的教室不够宽敞，无法提供70人以上座位，设备设施配置有欠缺，无法保障项目运行，不得分。  须提供房产证或场地租赁证明和能提供的教学设备证明。 |
| 3 | 同类业绩10% | 10分 | 投标公司近5年（2020年至今，以合同签订日期为准）的同类业绩经验（包括专业学位项目、学术学位项目或相近学位项目的品牌宣传推广与教学服务经验）：  （1）具备向教育部直属高等学校（含二级学院）服务的经验，得7分；  （2）具备向非教育部直属高等学校（含二级学院）服务的经验，得4分；  具有上述经验基础上，与对应高等学校（含二级学院）具有超过1个年度延续性服务关系的，每增加1年度，加0.5分，最多加3分。不能提供有效证明材料的不得分。  本项最高10分。  注：须提供合同关键页复印件，至少包括首页、金额页、签字盖章页，加盖投标公司公章。 |
| 4 | 实施方案 | 项目宣传推广方案35分 | 投标公司针对本项目，按照采购方的统一要求，提供该项目的宣传推广及教学辅助服务的方案和成效描述与保障措施：   1. 市场分析（5分）： 2. 业务需求理解准确、分析到位，得3～5分； 3. 需求理解和分析略有偏差，得1～3分； 4. 需求理解和分析有较大偏差，得0～1分。 5. 项目推广方案（5分）： 6. 方案内容完整、设计科学合理、措施具体、可操作性强，提供较好的资源保障，得3～5分； 7. 方案内容较完整、设计合理、措施具有一定可行性，提供相应的资源保障，得2～3分； 8. 方案基本满足要求，但内容完整性或设计合理程度或措施可行性方面有一定欠缺，得1～2分； 9. 方案内容缺失严重，或设计合理性严重不足，或缺乏有效措施，得0～1分。 10. 项目宣传推广进度计划和预期成效（15分,需提供同类业绩中报考和录取规模相关证明材料）： 11. 本项目推广及宣传方案的时间节点明确，进度计划安排合理，保证措施明确具体，可行性强，预期成效可实现性强，得10～15分； 12. 本项目推广及宣传方案的时间节点安排满足要求，进度计划和保证措施有一定的可行性，预期成效有一定的可实现性，得5～10分； 13. 本项目推广及宣传方案的时间节点或进度计划安排不太合理，保证措施不力，难以达到预期成效，得1～5分； 14. 本项目推广及宣传方案的时间节点或进度计划安排合理性不足，没有有效保证措施，不能达到预期成效，得0～1分。 15. 项目宣传推广组织实施方案（5分）： 16. 本项目推广及宣传方案的内容完整具体、组织有力、保证措施可操作性强，得3～5分； 17. 本项目推广及宣传方案的内容较完整、组织工作较到位、保证措施可行性相对较好，得2～3分； 18. 本项目推广及宣传方案的基本满足要求，但内容或组织工作或保证措施略有欠缺，得0～2分； 19. 项目宣传推广服务承诺与保障（5分）： 20. 本项目推广及宣传服务体系完善，服务承诺优越，保证措施可行性强，得3～5分； 21. 本项目推广及宣传服务体系较完善，服务承诺和保证措施有一定可行性，得1～3分； 22. 本项目推广及宣传服务体系有较多欠缺，或服务承诺或保证措施合理性不足，得0～1分。 |
| 教学辅助服务方案35分 | 投标格式针对本项目教学辅助服务的特点，按照采购方的统一要求，提供该项目的教学辅助服务方案和预期成效：   1. 教学辅助服务实施方案和预期成效（12分,，需提供同类业绩满意度调查等相关证明材料）： 2. 教学辅助服务方案内容完整具体、组织有力、保证措施可操作性强、预期成效达成度高，得8～12分； 3. 方案内容较完整、组织工作较到位、保证措施可行性相对较好、预期成效达成度较高，得4～8分； 4. 方案基本满足要求，但内容或组织工作或保证措施略有欠缺或预期成效达成度较低，得1～4分； 5. 方案内容严重缺失或组织不合理或缺乏有效措施或预期成效达成很低，得0～1分； 6. 教学辅助服务进度计划和保障措施（5分）： 7. 教学辅助服务计划时间节点明确，进度计划安排合理，保障措施明确具体，可行性强，得3～5分； 8. 教学辅助服务计划时间节点安排满足要求，进度计划和保障措施具有一定的可行性，得1～3分； 9. 教学辅助服务计划时间节点或进度计划安排合理性不足，或没有有效的保障措施，得0～1分； 10. 教学辅助服务服务体系与实质性服务承诺（3分）： 11. 教学辅助服务体系完善，服务承诺可靠可信，得2～3分； 12. 教学辅助服务体系较完善，服务承诺比较可靠可信，得1～2分； 13. 教学辅助服务体系有较多欠缺，服务承诺不可靠不可信，得0～1分； 14. 教学辅助服务保密措施（3分）：   包括对潜在生源信息、在读学生信息、授课教师信息、授课材料和课件、采购方商业秘密等方面的保密。   1. 具有健全的保密体系和制度，保密措施针对性强、可行性强，得2～3分； 2. 保密措施基本满足要求，可行性较强，具有一定针对性，得1～2分； 3. 保密措施合理性不足，得0～1分； 4. 针对本项目的教学辅助服务应急预案（7分） 5. 教学辅助应急预案完善，应急处理办法和应急保障可行性、针对性强，得5～7分； 6. 教学辅助应急预案较完善，应急处理办法和应急保障可行性、针对性较强，得3～5分； 7. 教学辅助应急预案有较多欠缺，应急处理办法和应急保障可行性、针对性不强，得0～3分； 8. 教学辅助服务实质性增值服务（5分）：   包括投标公司提供的特色增值服务和实施计划。根据投标公司对本项目内涵建设和提质增效的贡献程度和对采购方的有利程度，综合打分，本项最高5分。 |

注：（1）评分的取值按四舍五入法，小数点后保留两位。

1. 本表中要求提供的各类证明材料应清晰可辨，均需加盖供应商单位公章，否则将不认可该项材料的有效性。