

Phần 2. YÊU CẦU VỀ KỸ THUẬT

Chương V. YÊU CẦU VỀ KỸ THUẬT

Yêu cầu về kỹ thuật bao gồm các nội dung cơ bản như sau:

1. Giới thiệu chung về dự toán, gói thầu:

Tên chủ đầu tư: Trường Quản trị và Kinh doanh.

Tên gói thầu: Marketing, Quảng cáo cho chương trình Sau Đại học năm 2026.

Dự toán: Marketing, Quảng cáo cho chương trình Sau Đại học năm 2026.

Nguồn vốn: Nguồn thu của đơn vị;

Hình thức lựa chọn nhà thầu: Đấu thầu rộng rãi, trong nước qua mạng;

Phương thức lựa chọn nhà thầu: Một giai đoạn, một túi hồ sơ;

Thời gian tổ chức lựa chọn nhà thầu: 45 ngày

Thời gian bắt đầu tổ chức lựa chọn nhà thầu: Tháng 12/2025

Tùy chọn mua thêm: Không

Thời gian thực hiện gói thầu: 12 tháng

2. Mục tiêu công việc: Tuyển chọn nhà thầu có đủ năng lực cung cấp dịch vụ Marketing, Quảng cáo cho chương trình Sau Đại học năm 2026

3. Yêu cầu kỹ thuật của gói thầu

3.1. Yêu cầu kỹ thuật chung

STT	Tên dịch vụ	Yêu cầu kỹ thuật tối thiểu	Đơn vị tính	Số lượng
A	Truyền thông quảng cáo cho các chương trình tuyển sinh Sau Đại học năm 2026.		Dịch vụ	1
I	SẢN XUẤT TÀI LIỆU QUẢNG CÁO			
1	Sản xuất nội dung Facebook Tiêu chí cần đáp ứng về nội dung - Văn phong, phong cách thiết kế phù hợp với lĩnh vực của Chủ đầu tư (Giáo dục Đại học) - Thể hiện hiểu biết đúng về giáo dục đại học, quy trình tuyển sinh của Chủ đầu tư nói riêng, quy trình tuyển sinh của Bộ Giáo dục Đào tạo nói chung - Thể hiện sự nắm bắt tốt nhu cầu của các ứng viên tiềm năng ứng tuyển vào chương trình Sau đại học của Chủ đầu tư để sáng tạo nội dung thu hút thí sinh.			
1.1	Post ảnh đơn	Tiêu chí cần đáp ứng về hình thức & chỉnh sửa - Hình ảnh thiết kế 2D tĩnh (01 ảnh hoặc infographic)	Bài viết	20

STT	Tên dịch vụ	Yêu cầu kỹ thuật tối thiểu	Đơn vị tính	Số lượng
		<ul style="list-style-type: none"> - Hình ảnh sử dụng nguồn có bản quyền từ Shutter Stock hoặc hình ảnh thương hiệu cung cấp - Tối ưu nội dung không giới hạn số lần nhằm đảm bảo hiệu quả quảng cáo 		
1.2	Post nhiều ảnh	<p>Tiêu chí cần đáp ứng về hình thức & chỉnh sửa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hình ảnh thiết kế 2D tĩnh (nhiều ảnh hoặc nhiều infographic) - Hình ảnh sử dụng nguồn có bản quyền từ Shutter Stock hoặc hình ảnh thương hiệu cung cấp - Tối ưu nội dung không giới hạn số lần nhằm đảm bảo hiệu quả quảng cáo 	Bài viết	15
1.3	Post GIF	<p>Tiêu chí cần đáp ứng về hình thức & chỉnh sửa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Video dạng Gif - Hình ảnh sử dụng nguồn có bản quyền từ Shutter Stock hoặc hình ảnh thương hiệu cung cấp - Tối ưu nội dung không giới hạn số lần nhằm đảm bảo hiệu quả quảng cáo 	Bài viết	10
1.4	Post Video /Mutex	<p>Tiêu chí cần đáp ứng về hình thức & chỉnh sửa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Video/Mutex (độ dài 30s-40s) - Hình ảnh sử dụng nguồn có bản quyền từ Shutter Stock hoặc hình ảnh thương hiệu cung cấp - Tối ưu nội dung không giới hạn số lần nhằm đảm bảo hiệu quả quảng cáo 	Bài viết	10
1.5	Video phỏng vấn	<ul style="list-style-type: none"> • Thời lượng: 1' – 5' • Định dạng: .mp4 (H.264), 1920×1080 (Full HD 1080p), 25 hoặc 30 fps, audio stereo 48 kHz. 	Video	5
1.6	Tăng số lượng Followers trên 2 page: HSB Sau đại học – Đại học Quốc gia Hà nội và HSB MNS	20.000 followers mỗi page	Gói	2

STT	Tên dịch vụ	Yêu cầu kỹ thuật tối thiểu	Đơn vị tính	Số lượng
	Thạc sĩ Quản trị An ninh phi truyền thống – Đại học Quốc gia Hà Nội			
II QUẢNG CÁO BRANDING				
1	Facebook Reach	Nhóm Khách hàng: Độ tuổi 18 đến 45 tuổi	Reach	10.000.000
2	Facebook Video View	Giới tính: Nam 50% - Nữ 50% Vị trí: Hà Nội, các tỉnh miền Bắc và các tỉnh lân cận	View	300.000
3	Facebook Engagement	Sở thích: Quan tâm tuyển sinh đại học, có khả năng về tiếng Anh, quan tâm đến các ngành kinh tế, kinh doanh, công nghệ, nhân lực Đối tượng mục tiêu xem video về HSB và chương trình đào tạo (lượt xem tối thiểu 15s)	Engagement	150.000
III QUẢNG CÁO THU LEAD (Facebook, Google)				
1	Thông tin ứng viên quan tâm đến chương trình đào tạo	Tiêu chí về thành phần thông tin: Họ tên, số điện thoại, ngành quan tâm (email: không bắt buộc) Mỗi đối tượng chỉ được tính 01 lần (Không trùng lặp) Báo cáo: - Hàng ngày: cập nhật theo thời gian thực số lượng lead của từng ngành và tiến độ thu lead của từng ngành và cả chiến dịch - Hàng tuần: cập nhật tình hình số lượng lead từng ngành và đề xuất tối ưu - Cuối chiến dịch: báo cáo tổng kết chiến dịch	Lead	2.000

- Nhà thầu phải cam kết cung cấp đầy đủ số lượng và danh mục dịch vụ đáp ứng các yêu cầu kỹ thuật nêu trên.

- Nhà thầu phải cam kết cung cấp đầy đủ nhân sự để thực hiện và hoàn thành dịch vụ đúng tiến độ.

- Nhà thầu phải có giải pháp kỹ thuật cụ thể để tìm kiếm, lọc chọn tập khách hàng tiềm năng trên Facebook, Google có quy trình tổng thể từ lọc chọn khách hàng, đến xây

dựng các mẫu quảng cáo, trang landing page thu hút đăng ký, tối ưu quảng cáo chuyên nghiệp.

- Nhà thầu phải đảm bảo cung cấp trọn gói các hạng mục công việc để xây dựng, triển khai và tối ưu quảng cáo: Xây dựng landing page, xây dựng mẫu quảng cáo (nội dung mô tả và hình ảnh quảng cáo), cài đặt quảng cáo, theo dõi, điều chỉnh tối ưu quảng cáo, chuyển giao lead đăng ký quảng cáo cập nhật liên tục cho Trường Quản trị và Kinh doanh.

- Nhà thầu chịu trách nhiệm về bản quyền hình ảnh, âm thanh, nội dung.

- Nhà thầu phải cam kết không sử dụng công cụ để tăng chỉ số ảo, cam kết tiến độ theo kế hoạch được yêu cầu tại đề bài. Bên cạnh các chỉ số về lead, Nhà thầu phải xuất trình được các dữ liệu xuất trực tiếp từ tài khoản quảng cáo khi được Chủ đầu tư yêu cầu và trong báo cáo cuối dự án, bắt buộc thể hiện được các thông tin về lượng tiếp cận và lượng hiển thị của các chiến dịch quảng cáo.

- Nhà thầu phải cam kết lead thu về, bao gồm các tiêu chí:

- + Gồm thông tin: Họ và tên, Số điện thoại, Ngành học quan tâm

- + Email là trường ưu tiên có nhưng không bắt buộc.

- Nhà thầu, trong khả năng của mình, phải điều chỉnh nội dung và quảng cáo nhằm thu được số lượng lead theo đúng nhu cầu tuyển sinh của Chủ đầu tư với 4 ngành tuyển sinh gồm: Quản trị Nhân lực & nhân tài, Marketing & Truyền thông, Quản trị và an ninh, Quản trị doanh nghiệp và công nghệ.

3.2. Yêu cầu về chất lượng của dịch vụ:

- Bố trí nhân sự kiểm tra giám sát, theo dõi trong quá trình triển khai quảng cáo trên FB.

- Tuân thủ quy trình, nội dung chạy quảng cáo tổng thể đã thống nhất với Trường Quản trị và Kinh doanh, trao đổi chặt chẽ với Trường Quản trị và Kinh doanh trong quá trình triển khai, không được tự ý thay đổi mà không có sự phê duyệt của Trường Quản trị và Kinh doanh.

- Báo cáo kết quả và hiệu quả các chiến dịch quảng cáo định kỳ, hoặc đột xuất theo yêu cầu của Trường Quản trị và Kinh doanh.

- Báo cáo tổng hợp kết quả toàn chiến dịch cho Trường Quản trị và Kinh doanh.

3.3. Yêu cầu về an toàn thông tin

- Trong quá trình thực hiện, đảm bảo thông tin, mẫu quảng cáo đăng đúng kênh, đúng đối tượng, không vi phạm quy định của Pháp luật Việt Nam.

- Tất cả các kênh triển khai nhà thầu phải tập trung quản lý và chịu trách nhiệm về quá trình triển khai quảng cáo trên các kênh đúng theo quy định.

- Trong quá trình thực hiện, nhà thầu có đề xuất, giải pháp để tăng cường hiệu quả quảng cáo trên từng kênh.

- Nhà thầu phải cam kết hoàn toàn chịu trách nhiệm đảm bảo kết quả đã được hai bên ký kết.

- Nhà thầu phải cam kết không tiết lộ bất kỳ thông tin cho bất cứ ai không phải là người có liên quan đến việc thực hiện hợp đồng và bảo mật thông tin sau khi chiến dịch quảng cáo kết thúc.

4. Giải pháp và phương pháp luận:

Nhà thầu chuẩn bị đề xuất giải pháp, phương pháp luận tổng quát thực hiện dịch vụ theo các nội dung quy định tại Chương này, gồm các phần như sau:

1. Giải pháp và phương pháp luận;

2. Kế hoạch công tác.

5. Quy định về kiểm tra, nghiệm thu sản phẩm:

- Các sản phẩm, dịch vụ phải được bàn giao kiểm tra, nếu Chủ đầu tư nhận thấy sản phẩm và dịch vụ không đảm bảo về chất lượng, không đúng về tiêu chuẩn kỹ thuật, số lượng so với dự trù và thỏa thuận giữa hai bên thì Chủ đầu tư có quyền từ chối nghiệm thu. Nhà thầu có trách nhiệm thay thế bằng sản phẩm, dịch vụ khác đáp ứng các yêu cầu về chất lượng như quy định của E-HSMT.

- Nghiệm thu theo số lượng lead thực tế được xác định là Qualified lead Nghiệm thu tổng hợp khi đã thực hiện xong toàn bộ chiến dịch, được xác nhận bằng Biên bản nghiệm thu tổng hợp.

- Nhà thầu phải có thông báo đến Chủ đầu tư trước tối thiểu 02 ngày làm việc để tổ chức nghiệm thu.

- Mọi chi phí phát sinh trong quá trình nghiệm thu thuộc về Nhà thầu.