

Kính gửi: Quý nhà cung cấp

Bệnh viện Đại học Y Dược Thành phố Hồ Chí Minh kính mời các đơn vị có đủ năng lực và kinh nghiệm cung cấp dịch vụ thực hiện chương trình truyền thông giáo dục sức khỏe theo yêu cầu dưới đây vui lòng gửi hồ sơ chào giá cho Bệnh viện theo nội dung cụ thể như sau:

1. Tên dự toán: Cung cấp dịch vụ thực hiện chương trình truyền thông giáo dục sức khỏe năm 2025

2. Phạm vi cung cấp: chi tiết theo phụ lục đính kèm

3. Thời gian cung cấp dịch vụ: 12 tháng

4. Loại hợp đồng: Hợp đồng theo đơn giá cố định

5. Địa điểm thực hiện: Bệnh viện Đại học Y Dược TP. Hồ Chí Minh – Cơ sở 1 – 215 Hồng Bàng, phường 11, quận 5, TP. Hồ Chí Minh

6. Hiệu lực của hồ sơ chào giá: tối thiểu 06 tháng.

7. Yêu cầu về giá chào: giá chào đã bao gồm các loại thuế, phí, lệ phí theo luật định, chi phí vận chuyển, giao hàng và các yêu cầu khác của bên mời thầu

8. Thời gian nhận hồ sơ chào giá: trước 08 giờ 00 phút, ngày .06../.5...../2025

9. Quy định về tiếp nhận hồ sơ chào giá:

- Gửi báo giá online qua website: <https://bvdaihoc.com.vn/Home/ViewList/31>;

- Gửi bản giấy có ký tên, đóng dấu về địa chỉ sau đây: Phòng Vật tư thiết bị, Tầng 4, Khu A, Bệnh viện Đại học Y Dược Thành phố Hồ Chí Minh – Cơ sở 1 số 215 Hồng Bàng, phường 11, quận 5, TP. Hồ Chí Minh.

Người liên hệ: CN. Lê Thị Hằng

Số điện thoại: 028 39525247

10. Yêu cầu khác: Hồ sơ chào giá của nhà thầu bao gồm các tài liệu sau: Thư chào giá, bảng báo giá của nhà thầu (có ký tên, đóng dấu);

Trân trọng./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Giám đốc (để báo cáo);
- Đơn vị Quản lý Đầu thầu (để đăng tin);
- Lưu: VT, VTTB (M97-005-lthang).

TUQ. GIÁM ĐỐC
TRƯỞNG PHÒNG VẬT TƯ THIẾT BỊ

Nguyễn Hữu Thịnh



PHỤ LỤC . PHẠM VI CUNG CẤP VÀ YÊU CẦU KỸ THUẬT
(Đính kèm Công văn số/BVĐHYD-VTTB ngày tháng năm 2025)

I. PHẠM VI CUNG CẤP

TT	Danh mục	Yêu cầu kỹ thuật	Đơn vị tính	Số lượng
1	Dịch vụ thực hiện chương trình truyền thông giáo dục sức khỏe	Chi tiết theo mục II. Yêu cầu kỹ thuật	Chương trình	12

II. YÊU CẦU KỸ THUẬT

A. Yêu cầu chung

- Các công việc cần thực hiện trong chương trình truyền thông giáo dục sức khỏe
- 1. Quay video
- 2. Dựng video, thiết kế đồ họa
- 3. Kịch bản, biên tập nội dung truyền thông
- 4. Người dẫn chương trình (MC), Lồng tiếng/ Thu voice
- 5. Âm thanh, ánh sáng trong chương trình
- 6. Thiết kế bộ nhận diện chương trình, ấn phẩm truyền thông, phim trường ảo, backdrop;
- 7. In ấn các ấn phẩm truyền thông, backdrop chương trình; Thi công backdrop, sân khấu
- 8. Truyền thông chương trình trên hệ thống truyền thông của Bệnh viện, trên các phương tiện truyền thông đại chúng trước, trong và sau chương trình
- 9. Quảng cáo mạng xã hội trước, trong và sau chương trình
- Hình thức tổ chức chương trình: Một trong hai hình thức
 - + Ghi hình và phát sóng trực tuyến theo kế hoạch.
 - + Tổ chức sự kiện và phát sóng trực tuyến sự kiện.
- Cấu trúc 01 chương trình tọa đàm tư vấn sức khỏe với thời lượng 60 phút, gồm:
 - + Giới thiệu chương trình: 02 phút
 - + MC giới thiệu về báo cáo viên và chủ đề của chương trình tư vấn: 03 phút
 - + Phóng sự phỏng vấn người bệnh, các vấn đề sức khỏe liên quan đến chủ đề: 10 phút
 - + Bác sĩ chia sẻ kiến thức y khoa thường thức, tổng quan về bệnh lý: 30 phút
 - + Bác sĩ trả lời câu hỏi thường gặp của người bệnh: 10 phút

- + Giới thiệu Bệnh viện, hướng dẫn người bệnh đến khám chữa bệnh: 05 phút
- Tiến độ thực hiện 1 chương trình: Từ 30 – 45 ngày làm việc
 - + Thời gian từ lúc tiếp nhận thông tin chương trình đến khi hoàn thành kịch bản, nội dung truyền thông, bộ nhận diện chương trình, các thiết kế ấn phẩm truyền thông: 07 ngày làm việc.
 - + Thời gian ghi hình cho mỗi chương trình: 2 ngày, mỗi ngày 8 tiếng làm việc (bao gồm chương trình chính và ghi hình phóng sự minh họa thêm theo nội dung kịch bản).
 - + Thời gian từ lúc bắt đầu ghi hình đến khi hoàn thành bản dựng phim đầu tiên: 02 ngày làm việc.
 - + Thời gian từ lúc tiếp nhận thông tin của Bệnh viện về việc điều chỉnh bản dựng, nội dung truyền thông, nội dung ấn phẩm truyền thông đến khi hoàn thành việc điều chỉnh: 01 ngày làm việc.
 - + Thời gian bàn giao video hoàn chỉnh, bộ nhận diện chương trình, ấn phẩm truyền thông: Trước 07 ngày phát sóng/ truyền thông chương trình.
 - + Thời gian bàn giao các video ngắn hoàn chỉnh: Trong vòng 05 ngày làm việc kể từ ngày bàn giao video hoàn chỉnh.
- Thực hiện báo cáo hiệu quả từng chương trình sau khi hoàn thành các nội dung công việc (Sản xuất, phát sóng, quảng cáo mạng xã hội...)
- Sau khi kết thúc chương trình, thực hiện bàn giao cho Bệnh viện:
 - + Tất cả các thể loại video thành phẩm
 - + Các video (đã ghép nối/ không logo, không hiệu ứng)
 - + Video ngắn giới thiệu y hiệu Bệnh viện, video ngắn giới thiệu trước chương trình
 - + Bộ nhận diện chuỗi chương trình, file thiết kế ấn phẩm truyền thông
 - + Các nội dung truyền thông, báo cáo hiệu quả chương trình, danh sách cơ quan truyền thông đại chúng đăng tin/ bài về chương trình.
- Linh hoạt chỉnh sửa theo yêu cầu, tối đa 10 lần.

B. Yêu cầu cụ thể

1. QUAY VIDEO

1.1. Nội dung thực hiện:

- Ghi hình chương trình tọa đàm giữa MC và các báo cáo viên tại phim trường/ địa điểm tổ chức; Ghi hình tư liệu quá trình điều trị và phỏng vấn người bệnh, giới thiệu đơn vị chuyên môn liên quan đến chủ đề, lồng ghép vào chương trình. Nhân vật người

bệnh và câu chuyện, đơn vị chuyên môn liên quan đến chủ đề do bệnh viện cung cấp và sắp xếp lịch quay.

- Số lượng báo cáo viên tham gia chương trình phụ thuộc vào sự sắp xếp từ phía Bệnh viện (Dự kiến từ 1 – 3 báo cáo viên).

- Bố trí phim trường, địa điểm ghi hình phù hợp.

1.2. Yêu cầu về thiết bị

- Hệ thống hình tối thiểu là Full HD.
- Máy quay phim tối thiểu là Full HD: Số người trình bày + 2, bao gồm 1 máy quay khung dọc, có hỗ trợ đầu ra HDMI/ SDI để kết nối bàn trộn hình ảnh. Máy quay có tính năng chống rung, quay nhiều góc độ, phù hợp với chương trình.
- 01 Monitor cho đạo diễn và nhân sự bệnh viện theo dõi.
- 01 bàn trộn hình ảnh, bộ dây HDMI kết nối với máy quay phim.
- 02 Máy đọc chữ cho MC và báo cáo viên.
- 01 Màn hình chiếu di động để trình chiếu slide, nội dung ghi hình.
- 01 Máy tính bảng để MC dẫn chương trình.
- 02 Máy tính xách tay để kết nối, trình chiếu và phát sóng trực tuyến chương trình.
- 02 bút laser (laser pointer) để điều khiển nội dung trình chiếu.
- 01 bộ kết nối mạng Internet nội bộ của Bệnh viện, 01 bộ kích sóng wifi.

2. DỰNG VIDEO, THIẾT KẾ ĐỒ HỌA

2.1. Nội dung thực hiện:

- Dựng hình, xử lý đồ họa 2D/ 3D, âm thanh, hậu kỳ sản xuất thành video đầy đủ và các video ngắn có phụ đề và hiệu ứng theo nội dung trình bày của báo cáo viên để truyền thông chương trình.

2.2. Sản phẩm:

- Sản phẩm đạt chất lượng đầu ra Full HD, có độ phân giải 1.920×1.080 pixels (điểm ảnh) với tỷ lệ khung hình 16:9; độ phân giải 1.080×1.920 pixels (điểm ảnh) với tỷ lệ khung hình 9:16, định dạng mp4. Cụ thể như sau:

- + Phiên bản đầy đủ: 01 video Thời lượng 60 phút (Bao gồm đoạn ngắn giới thiệu y hiệu Bệnh viện tối đa 10 giây và nội dung chương trình).

- + Phiên bản rút gọn (11 đoạn video), cụ thể:

- ✓ 01 đoạn video ngắn giới thiệu về chương trình và mời khán giả theo dõi (tối đa 3 phút);

- ✓ 05 đoạn video ngắn tối đa 3 phút, kiểu khung dọc 9:16, có phụ đề và hiệu ứng (để truyền thông trên kênh Youtube Short, Reels Facebook, TikTok của Bệnh viện);

✓ 05 đoạn video ngắn tối đa 10 phút, kiểu khung ngang 16:9, có phụ đề và hiệu ứng (để truyền thông trên Facebook, Youtube của Bệnh viện).

- Thiết kế đồ họa nội dung trình bày của báo cáo viên đầy đủ, thể hiện được ý tưởng kịch bản đã xây dựng, giúp người xem có thể dễ dàng nắm bắt ý chính. Hình ảnh minh họa sinh động, thu hút người xem. Màu sắc theo yêu cầu của Bệnh viện.

- Hiệu ứng chuyển cảnh mượt, kỹ xảo, hiện đại, phù hợp với sự chuẩn mực của Bệnh viện và thể hiện tốt chủ đề.

- Phụ đề tiếng Việt hiển thị rõ, đúng chính tả, kiểu chữ dễ đọc.

- Trên phong phim trường ảo có tối thiểu 4 màn hình (1 chính, 3 phụ).

- Âm thanh: Không bị vang, rè, không lọt tạp âm, phải lưu trữ 01 bộ bản sao âm thanh, đúng theo tiêu chuẩn phát sóng.

- Hình ảnh:

- + Đúng quy cách cân bằng trắng, da không bị bệch trắng/ ám xanh, đánh sáng mịn, da hồng hào;

- + Sử dụng đúng màu sắc nhận diện thương hiệu của Bệnh viện;

- + Hình ảnh rõ nét, không bị mờ chủ thể (out nét), đúng bố cục/ trực hình.

3. KỊCH BẢN, BIÊN TẬP NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

- Dựa trên chủ đề Bệnh viện cung cấp, nhà cung cấp dịch vụ phối hợp với Bệnh viện xây dựng kịch bản theo cấu trúc chương trình của Bệnh viện, tìm thêm tư liệu, câu hỏi của người dân thường quan tâm đến chủ đề, phỏng vấn bác sĩ để xây dựng kịch bản chi tiết chương trình, làm slide minh họa nội dung đưa vào video. Mỗi video đảm bảo tính chuyên môn, khoa học, y học, sinh động, thu hút người xem.

- Biên tập bài kiến thức y khoa từ nội dung chính báo cáo viên chia sẻ trong chương trình và các nội dung truyền thông trên hệ thống truyền thông của Bệnh viện và trên các phương tiện truyền thông đại chúng.

4. NGƯỜI DẪN CHƯƠNG TRÌNH (MC), LÒNG TIẾNG/ THU VOICE

- Người dẫn chương trình thực hiện dẫn chương trình về y tế, dẫn dắt, điều phối chương trình một cách hấp dẫn, lôi cuốn, thu hút người xem.

- Phát âm chuẩn, giọng nói truyền cảm.

5. ÂM THANH, ÁNH SÁNG

- Thiết bị hệ thống âm thanh, đồng bộ với hệ thống âm thanh của Bệnh viện:

- + Micro Wireless: Số người trình bày + 1 dự phòng. Có khả năng lọc nhiễu, chống hú.

- + Micro cài áo dành cho MC và báo cáo viên để đảm bảo âm thanh rõ ràng, tránh tạp âm khi di chuyển.

- + 4 Micro
- + Loa đôi full x4, loa sub x2
- + 1 mixer, bộ khuếch đại và bộ lọc, amply
- + 1 bàn âm thanh, bộ dây kết nối cổng out/ in
- + Khung che vải đen kỹ thuật, có băng keo cảnh báo
- Thiết bị hệ thống ánh sáng, đảm bảo đủ ánh sáng để ghi hình chương trình có phong xanh:
 - + 02 đèn Pad Led sáng trắng, vàng đánh sân khấu, sử dụng cho sân khấu
 - + 08 đèn, tối thiểu 3 đèn chính (đèn key light), 5 đèn nền (đèn backlight)
 - + 01 mixer đèn, 01 tủ điện chia nguồn
 - + 01 phong xanh

6. THIẾT KẾ BỘ NHẬN DIỆN CHƯƠNG TRÌNH, SẢN PHẨM TRUYỀN THÔNG GIÁO DỤC SỨC KHỎE, PHIM TRƯỜNG ẢO, BACKDROP;

- Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu và sản phẩm truyền thông giáo dục sức khỏe của chương trình (thư mời, tờ rơi về bệnh lý liên quan), phim trường ảo, backdrop... theo yêu cầu của Bệnh viện, truyền tải đầy đủ thông điệp nội dung chương trình, thể hiện được ý tưởng nội dung đã xây dựng, giúp thu hút sự quan tâm, theo dõi chương trình của người xem. Hình ảnh minh họa sinh động, màu sắc theo quy định của Bệnh viện.
- Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu chương trình bao gồm kích thước:
 - + Khung treo ảnh quảng cáo (Standee) có kích thước $\geq 2160 \times 3840$ px
 - + Biển quảng cáo (Banner) có kích thước $\geq 2880 \times 600$ px
 - + Hình ảnh được sử dụng để đăng bài giới thiệu trên Website, Fanpage Bệnh viện có kích thước $\geq 1920 \times 1080$ px (tối thiểu 02 thể loại: truyền thông trước và sau chương trình)
 - + Backdrop kích thước 6m * 3m
 - + Phim trường ảo theo màu sắc quy định của Bệnh viện
- Thiết kế thư mời tham dự chương trình: Khổ A5 2 mặt.
- Thiết kế tờ rơi truyền thông giáo dục sức khỏe: Khổ A4 gấp 3 (để phát cho người bệnh) và khổ A4 dọc để đăng thông tin trên hệ thống truyền thông Bệnh viện.

7. IN SẢN PHẨM SẢN PHẨM TRUYỀN THÔNG, BACKDROP CHƯƠNG TRÌNH; THI CÔNG BACKDROP, SÂN KHẤU

- In ấn thư mời tham dự chương trình: In trên giấy C150 hoặc loại giấy tương đương, in offset 2 mặt 4 màu, số lượng: 2.000 tờ.

- In ấn tờ rơi truyền thông: Khổ A4 gấp 3. In trên giấy C150 hoặc loại giấy tương đương, in offset 2 mặt 4 màu, số lượng: 5.000 tờ. Cắt, cán và gấp thành phẩm.
- In ấn, thi công backdrop kích thước 6m * 3m, bạt Hiflex hoặc PP cán mờ in 2 da, bản khung, chân chống sau tự đứng, dựng thành hộp 4 mặt.
- Thi công sân khấu 6m * 3m * 0.5m, trải thảm đỏ hoặc xanh.

8. TRUYỀN THÔNG CHƯƠNG TRÌNH

- Nội dung tin/ bài đảm bảo:
 - + Trước chương trình: Giới thiệu về chương trình, chủ đề, thời gian, lợi ích khi tham dự... Thời gian đăng: Tối thiểu trước 07 ngày tổ chức/ phát sóng chương trình
 - + Sau chương trình: Các điểm nhấn quan trọng của chương trình, có đính kèm video PR chương trình ngắn tối thiểu 5 phút. Thời gian đăng: Tối đa sau 02 ngày tổ chức/ phát sóng chương trình.
 - + Nội dung chính xác, có giá trị giáo dục, đảm bảo tính khoa học và truyền tải đúng thông điệp sức khỏe. Có trích dẫn nguồn từ chuyên gia, bác sĩ tham gia chương trình; hình ảnh/ video sử dụng phải sắc nét, phù hợp nội dung tin/ bài.
- Số lượng tin/ bài dự kiến: Tối thiểu 3 tin/ bài, có đính kèm video PR.
- Đăng tin/ bài chương trình trên các phương tiện truyền thông đại chúng chính thống (Đài truyền hình, đài phát thanh, báo in, báo điện tử, trang thông tin điện tử...).
 - + Đài truyền hình (Đài truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh - HTV, Đài truyền hình Việt Nam - VTV, hoặc các kênh truyền hình phù hợp);
 - + Đài phát thanh (Đài tiếng nói Việt Nam - VOV, Đài tiếng nói Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh - VOH, hoặc các kênh phát thanh có chuyên mục sức khỏe);
 - + Báo in, báo điện tử (Tùy theo đối tượng mục tiêu, có thể là Báo Sức khỏe và Đời sống – Cơ quan ngôn luận của Bộ Y tế; Báo Tuổi trẻ - Cơ quan chủ quản là Đoàn Thanh niên Cộng sản Thành phố Hồ Chí Minh; Báo Thanh niên – Cơ quan chủ quản là Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam; Báo VnExpress – Cơ quan chủ quản là Bộ Khoa học và Công nghệ; Báo Người lao động – Cơ quan chủ quản là Thành ủy Thành phố Hồ Chí Minh; Báo Dân trí – Cơ quan chủ quản là Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội; Báo Vietnamnet – Cơ quan chủ quản là Bộ Thông tin và Truyền thông; Báo Sài Gòn giải phóng – Cơ quan chủ quản là Thành ủy Thành phố Hồ Chí Minh; Báo Phụ nữ Việt Nam – Cơ quan chủ quản là TW Hội liên hiệp Phụ nữ Việt Nam; Báo Phụ nữ Thành phố Hồ Chí Minh – Cơ quan chủ quản là Thành ủy Thành phố Hồ Chí Minh; Báo Tiền phong – Cơ quan chủ quản là TW Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh; Tạp chí Khoa học phổ thông – Cơ quan chủ quản là Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh; Tạp chí Gia đình Việt Nam – Cơ quan chủ quản là Hội Kế hoạch hóa gia đình Việt Nam;... hoặc các loại báo in, báo điện tử phù hợp với yêu cầu của Bệnh viện).

+ Trang thông tin điện tử, các chuyên trang sức khỏe phù hợp với yêu cầu của Bệnh viện.

9. QUẢNG CÁO MẠNG XÃ HỘI

- Truyền thông chương trình trên mạng xã hội. Chuẩn bị kế hoạch quảng cáo mạng xã hội trên các kênh truyền thông, theo dõi và tối ưu các hình thức quảng cáo để đạt hiệu quả trong việc tăng tương tác, tiếp cận người dùng, phân tích, đo lường và báo cáo hiệu quả quảng cáo mạng xã hội sau khi chương trình kết thúc.

- Trước chương trình:

+ Tiếp cận trên hệ thống mạng xã hội (seeding) để tổng hợp các câu hỏi từ người dùng, cộng đồng mạng về bệnh lý liên quan đến chương trình, đạt tối thiểu 20 câu hỏi đạt chất lượng và có nội dung khác nhau.

+ Tạo sự kiện, bài đăng trước sự kiện và lan tỏa thông tin trên hệ thống truyền thông của Bệnh viện trước ít nhất 7 ngày.

+ Tiếp cận trên hệ thống mạng xã hội các nhóm trên mạng xã hội có liên quan đến bệnh lý được đề cập trong chương trình, thu hút ít nhất 100 người dùng quan tâm đến sự kiện trên Fanpage Bệnh viện.

- Trong chương trình:

+ Trực, kiểm tra, tổng hợp và phản hồi các bình luận của người xem chương trình trên Fanpage và Youtube Bệnh viện.

+ Quảng cáo mạng xã hội đạt tối thiểu 500 mắt xem, 500 lượt thích (Like), 25 bình luận (bao gồm 20 câu hỏi seeding trước chương trình, 5 câu hỏi trong chương trình).

+ Tiếp cận trên hệ thống mạng xã hội vào từ 5 – 10 nhóm trên nhóm Facebook về bệnh lý liên quan.

- Sau chương trình:

+ Sau 24 giờ kết thúc phát sóng chương trình, thực hiện báo cáo hiệu quả chương trình (Lần 1)

+ Tiếp tục thực hiện quảng cáo trên mạng xã hội chương trình, đạt tối thiểu 30.000 lượt người tiếp cận.

+ Thực hiện báo cáo hiệu quả chương trình lần 2 sau 01 tháng phát sóng chương trình.