**財團法人桃園市文化基金會**

**桃園城市創意設計中心115年設計培力課程規劃執行委託案**

**需求說明書**

1. 概說：

財團法人桃園市文化基金會（以下簡稱機關）為委託廠商規劃與執行有關桃園城市創意設計中心115年設計培力課程規劃執行委託案，特訂定本需求說明書。

1. 緣起：

為提升桃園市城市美學意象，拓展市民多元文化創意思維，同時將設計美感思維導入城市治理與公共參與，促進公部門研擬與實施各項政策時能融入設計美學思維，落實城市美學與文化創意。

本計畫擬辦理「設計培力課程」，透過系統性課程設計，結合理論講授與實務交流，邀請具備設計、藝術、文化創意及美學等相關領域專長之專家學者，引導公務人員從設計視角理解政策形成、公共空間規劃及市民參與等治理面向，並逐步將設計思考方法導入行政實務，藉以強化公共治理品質，深化桃園市城市美學與文化創意能量。

1. 履約期限：自決標日次日起至115年7月31日止（期程如有異動，以機關通知時間為準）。
2. 履約地點：由機關指定之適當場地。
3. 預算金額：新臺幣**65**萬元整(含稅)。
4. 委託工作項目：

| 執行項目 | 細項與說明 |
| --- | --- |
| 1. 前期規劃與宣傳 | 1. 廠商於履約期限內需以城市美學、設計思考及設計導入城市治理等概念為核心，並搭配台灣設計展主軸，於115年度辦理3場不同主題之培力課程，每場次至少6小時（不含課間休息時間），3場課程報名人數合計至少360人次。 2. 各場培力課程，皆包含專題講座與實作工作坊各一場，專題講座與實作工作坊須具主題延續性，透過實作工作坊深化講座知識與觀點。 3. 培力課程以公務人員為主要參與學員，講座開放予一般民眾、桃園市政府相關合作業者報名參與；實作工作坊僅限公務人員參與。 4. 廠商需針對3場培力課程之課前行銷宣傳與報名，於服務建議書中提出行銷宣傳相關規劃，包括但不限於：預算、受眾、期程、宣傳設計圖稿、投放平臺、預期效益等。 5. 各場培力課程辦理日期、時間、地點、內容、講師（與談人）、與談主題與大綱、事前報名機制與宣傳、課後回饋機制等，需經機關核可後方可執行。 6. 廠商執行本案所需之各項器材、耗材與費用（包括但不限於：課程講義、教材、耗材、講師（與談人）鐘點費與交通費、場地使用與租賃、茶點、手舉牌、場地相關器材等），皆以本案經費支應。 |
| 1. 課程執行 | 1. 3場培力課程中，規劃至少1場以「設計主題對談」形式辦理之講座，廠商應擬定對談主題與內容大綱，邀請具相關專業背景之專家學者擔任與談人，並安排主持人引導講座進行。 2. 「設計主題對談」採線下實體辦理，並同步規劃線上直播課程，並於網路平台上架，供重複觀看與延伸學習。另須撰擬新聞稿1篇提送機關，並於服務建議書中說明整體規劃與執行方式。 3. 各場培力課程，廠商需至少配置2名人員擔任課程助教，引導學員報到與入座、協助講師（對談人）授課與課程拍照記錄等培力課程相關事項，並為參與人員準備適量茶點。 4. 機關得邀請桃園市政府長官、各界專家學者，出席擔任致詞貴賓。 5. 每場培力課程之共創工作坊，講師需帶領學員針對該場主題進行議題討論、設計共創與展示，並需妥善保留共創成果交付機關。 |
| 1. 問卷調查與成果回饋 | 1. 各場培力課程結案時，廠商須回收至少30份問卷回饋作為履約項目，並提供對應之成效分析。 2. 各場培力課程辦理完畢後次日起算15個日曆天內，廠商需函送「115年設計培力課程成果匯報」書面一式2份及電子檔1份（以電子郵件寄至本案聯絡人信箱），A4規格，左翻彩色雙面印刷，內容包含但不限於： 3. 培力課程主題說明 4. 講師（對談人）名單與簡歷 5. 專案人員簡歷與分工 6. 報名機制說明與宣傳成果 7. 培力課程流程與執行內容說明（含線上同步直播紀錄） 8. 高畫質精美紀錄照片至少30張 9. 學員簽到記錄與學員人數統計 10. 學員課後問卷與回饋統計與分析 11. 行銷宣傳執行與成果說明 |
| 1. 計畫人員配置 | 1. 廠商需指派專責人員1名，作為本案溝通協調與聯繫之窗口；各場培力課程需配置至少2名課程助教，協助培力課程進行與拍照記錄。 2. 上開人員之招募、聘任、訓練、督導與管理等工作，由廠商負責，不得違反相關勞動法規等規定。 3. 計畫人員核備與異動：   1. 廠商應於服務建議書中，提出計畫人員學經歷供機關核備；計畫人員若有異動，廠商應於變更及進用前7個日曆天函送機關核備。  2. 如計畫人員離職，至完成進用新進人員之過渡期間，廠商應自行安排適當代班人力辦理相關行政工作。  3. 對於廠商僱用之本案計畫人員，機關有行使本案履約管理及行政監督之權利，另計畫人員如有怠忽職守或不適任情形時，機關得通知廠商予以撤換。   1. 機關臨時交辦其他與本案有關事項，廠商及本案專案人員應配合辦理。 |
| 1. 保險 | 廠商應於決標日次日起，辦理雇主意外責任險、公共意外責任險。並於履約期間為各場培力課程所邀請之講師（與談人），投保旅遊平安保險。 |
| 1. 其他 | 廠商需配合機關辦理課程線上直播相關事宜，並協助提供相關課程素材予機關，以利課程影像紀錄與成果製作。 |

1. 預算法第62條之1注意事項
2. 履約標的或履約標的內容涉及於平面、廣播、網路及電視等媒體辦理政策宣導時，應切實依預算法第62條之1規定，明確標示「廣告」二字且揭示辦理或贊助機關、單位名稱，並不得以置入性行銷方式進行。
3. 所有活動文宣及行銷內容皆應標明機關「財團法人桃園市文化基金會」、「桃園城市創意設計中心」全銜之名稱及代表活動意象主題logo及名稱，且機關應掛名為主辦單位。
4. 與履約標的有關之公告、廣告及各項宣傳措施等公開文件，文字內容及圖片未經機關同意前不得任意刊登（已核定之活動訊息內容除外）。
5. 服務建議書內容及格式

內容需包含但不限於：

1. 計畫概述：含計畫名稱、計畫目標、預期效益等。
2. 計畫執行策略及內容：
3. 各場培力課程相關規劃（包括但不限於：課程流程、講師（對談人）人選、課程內容規劃與執行方式說明、所用之講義或教材等）
4. 培力課程「設計主題對談」相關規劃
5. 報名機制說明與行銷宣傳相關規劃
6. 學員課後問券回饋機制規劃
7. 計畫整體執行期程規劃
8. 經費編列：廠商應於服務建議書中詳列執行本案所須之各項經費項目、單位、數量及計算基準，並注意經費規劃與分配之完整性及合理性。所有價格應含稅。
9. 廠商簡介：人力規模及組織編制與架構、過往執行經驗與履約實績（請檢附相關資料）。
10. 計畫人員配置：計畫人員學經歷及分工配置。惟所列團隊人員(係指計畫書內所列人員)，其中非屬團隊員工者，應事前徵詢其同意始列入企劃書，並請檢附同意書，未檢附同意書者，列入評分之參考。
11. 規格：A4尺寸紙張繕打（直式橫書），12級字，以正體中文由左至右橫式繕打，如有圖面說明須用A3大小版面表示者，請摺疊成A4尺寸）。
12. 裝訂方式：需加封面，封面應註明「桃園城市創意設計中心115年設計培力課程規劃執行委託案服務建議書」，及投標單位全銜、聯絡地址、聯絡人、電話及E-mail；應編目錄及頁碼，並裝訂成冊，裝訂線於左側。
13. 服務建議書一式6份（正本2份與副本4份）及電子檔1份（於投標截止前以電子郵件寄至本案聯絡人信箱），機關收件後，服務建議書內容不得要求更正、修改或增訂。
14. 本採購案聯繫窗口：
15. 聯絡人：財團法人桃園市文化基金會—李專員
16. 聯絡電話：（03）433-3833分機304；傳真電話：（03）433-4100
17. 電子信箱：pinhsiu @taoyuancf.org.tw
18. 本補充說明未載明之事項，依政府採購相關法令辦理。