

一、最终报价文件

（一）竞标报价表

项目名称：自治区现代职业教育发展专项资金（优质中职学校和专业建设项目）

项目编号：GXZC2025-J1-001374-GXJD

所竞分标：标项3

标的的名称：互联网营销综合实训系统

单位：元

项号	货物名称	数量及单位 ①	品牌	规格型号	制造商	原产地	参数性能、指标及配置	单价 ②	竞标 报价 ③=① ×②
1	互联网营销实训系统	1套	中教畅享	V1.0	广西科技有限公司	中国	▲一、数字营销系统： （一）内容要求 系统以计算广告学的算法逻辑为底层依据，定位与搜索和推荐两大工作领域，围绕搜索引擎营销和推荐引擎营销包含数字营销市场分析、数字营销广告投放、广告覆盖率提升、广告精准度提升、营销实战复盘五个项目的实训任务，循序渐进式提升学生的数字营销综合实践能力。 系统需采用理实一体化设计，系统内置大量数据，模拟真实数字营销平台的算法，实时全面、动态化反馈学生营销效果数据，让教学有数可用、可操作、可量化衡量营销效果、可数字化分析竞争优势与不足，做到知其然，并知其所以然。 需提供数字营销系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网	359000.00	359000.00

				司	和功能截图等) (二) 技术要求 1、系统采用 B/S 架构，支持最新的 HTML5 标准，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。 2、系统采用前后端分离的架构模式，降低系统耦合度，减小服务器压力。 3、系统引入缓存机制，避免数据的重复创建、处理和传输，可有效提高性能。 4、系统前端采用流行的 Html5 框架 layUI、jQuery 等，实现跨浏览器和跨屏的兼容支持、响应式布局，实现 B/S 平台多终端适应。 5、系统支持主流数据库，数据库使用索引，保证数据库数据的唯一性，提高数据的搜索及检索速度，提高系统的性能。 6、系统采用安全处理机制，如：防 SQL 注入、敏感数据加密处理。 (三) 功能要求 1、教师账号需具备班级信息和班级学生的管理功能。 2、教师账号可以进行教学管理，能够控制是否将任务公开给学生，能够查看班级的学习情况和评价、问答、笔记、纠错等互动情况。 3、教师账号可以进行学生成绩管理，能够进行课件学习、课堂活动、作业、考试等模块的考核权重设置，能够查看总成绩及课件学习、课堂活动、作业、考试等模块的分项成绩。 4、教师账号可以查看班级实训情况分析、学生实训情况分析、实训情况对比三大方面的实训情况统计 ▲5、系统学生端应包含数字营销市场分析、数字营销广告投放、广告覆盖率提升优化、广告精准度提升优化四个模块至少 16 个实训任务。 需提供上述四个模块系统相关证明材料（包括但不限于彩页、		
--	--	--	--	---	---	--	--

						官网和功能截图等) 6、学生账号展示每个实训任务及实训任务的课件、微课、实操视频、任务单元测试等学习资源,针对实训任务和单元测试,依据学生操作反馈任务记录或测试记录。 ▲7、学生账号可以对课件类学习资源进行评价、问答、笔记、纠错等。需提供系统相关证明材料(包括但不限于彩页、官网和功能截图等) ▲8、每个实训任务都要具有清晰的任务说明,包括任务背景、任务要求、任务分析、任务操作等内容。需提供系统相关证明材料(包括但不限于彩页、官网和功能截图等) ▲9、进入实训任务,系统应提供品牌信息、产品信息等企业资料,搜索词分析、热搜词分析、搜索中心等关键词分析数据或工具,用户画像分析、用户地域时间分析、用户兴趣出价分析等行业用户数据,账户营销报表、现金流量表等账户经营数据,为数字营销决策做支撑。需提供系统相关证明材料(包括但不限于彩页、官网和功能截图等) ▲10、数字营销市场分析模块,包含行业用户画像分析、受众搜索词分析和营销渠道特征分析等任务,辅助学生进行目标市场定位与选择和数字营销策划。需提供系统相关证明材料(包括但不限于彩页、官网和功能截图等) ▲11、数字营销广告投放模块,包含广告投放准备、搜索竞价营销、推荐引擎营销和搜索排名信息撰写等任务,辅助学生完成数字营销策略的初步实施。需提供系统相关证明材料(包括但不限于彩页、官网和功能截图等) ▲12、搜索竞价营销任务添加推广关键词时可以按照关键词查询方式查找关键词,提供关键词的搜索量、推荐价格等数据,关键词添加后提供预估排名、质量度,可进行修改出价,对于质量分不为“0”的关键词,其预估排名会随出价的改动发生动态变化,总体趋势是出价越高排名越靠前,直至排名第一位。		
--	--	--	--	--	--	--	--	--

						需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲13、搜索竞价营销和推荐引擎营销任务结束后，均反馈营销效果数据，包括不同计划的展现量、点击量、点击率、平均点击价格等数据，搜索竞价营销任务还可以看到具体推广关键词的展现量、点击量、点击率等数据，推荐引擎营销任务还可以看到具体定向人群的展现量、点击量、点击率等数据。不同学生账号操作不同，系统会根据学生操作情况反馈不同的效果数据，以此评价学生的营销能力。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） 为了保证此功能的专业性，在响应文件中提供具有“搜索引擎推广实训系统”软件著作权证书予以佐证并加盖竞标人公章证明。 ▲14、搜索排名信息撰写任务要能够进行标题和关键词的撰写，系统要能够根据撰写内容实时动态反馈 SEO 得分，撰写内容不同，反馈其 SEO 得分不同，以此评价学生的搜索排名信息撰写能力。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲15、广告覆盖率提升优化模块，包含市场竞争分析、搜索竞价营销优化、推荐引擎营销优化、搜索排名优化和优化效果提升分析等任务，辅助学生实现竞争策略分析、数字营销策略优化。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲16、数字营销广告投放或广告覆盖率提升优化模块的任务完成后，系统需提供营销报表数据，通过营销报表数据要能够看到班级所有小组的每一期的搜索关键词、推荐人群兴趣、SEO 关键词的详细营销效果数据，供学生完成广告覆盖率提升优化或广告精准度提升优化模块的任务。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲17、广告精准度提升优化模块，包含竞价关键词结构优化、		
--	--	--	--	--	--	---	--	--

						目标受众精准定向优化、搜索排名关键词精准优化和整体营销效果数据优化等任务，能够完成数字营销精准实施和数据分析优化。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） 18、学生账号应具有学情分析功能，可以分析具体实训进度、实训任务练习次数、实训分数等学情数据。 ▲二、直播营销系统： 系统以直播活动的策划、筹备、实施为核心，借助系统内置的直播平台，学生可根据经营目标、经营资金与市场现状，进行商品选取与采购、直播策划，制定直播脚本、直播推广计划，根据直播策划在系统内置直播平台进行微店开设、直播售卖、直播展示、直播互动等实训，并对直播效果的数据进行分析，进而优化直播方案。 需提供直播营销系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） （一）内容要求 1、系统采用B/S架构，支持最新的HTML5标准，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。 2、系统具有学生、裁判、教师三种角色，不同的角色具有不同的操作权限。 3、系统应有背景材料和任务要求，介绍整个直播背景信息，并对整个直播过程以及每个任务作出具体要求，对学生形成一个明确的引导。 ▲4、系统内置多种类产品市场数据，分别对时髦穿搭、亲子萌娃、乐活时光、一起变美、居家生活、吃货立荐6大行业的流量趋势、直播间趋势进行展示。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） 5、系统包含市场信息分析、直播规划、脚本策划、创建直播、直播装修、直播推广、直播售卖以及直播复盘8大任务模块。		
--	--	--	--	--	--	---	--	--

						6、提供 Andriod 端 APP 支持，可利用 Andriod 手机 APP 端进行直播任务，并支持直播实时录制。 (二) 功能要求 1、系统内每个实训任务都有对应规则说明，对学生实训进行引导。 2、商品数据分析及选品中应包含商品名称、采购价、市场价、浏览量、成交量、转化率、成交金额等信息。 3、系统模拟直播开始时间、直播标题、直播栏目、直播宝贝设置等功能。 4、脚本策划应包含整体脚本策划和单品脚本策划两部分。 5、直播推广应包含付费推广和免费推广两种推广方式，可分别针对不同人群进行推广。 ▲6、超级直播推广可根据需求对预算、优化目标、投放方式、侧重人群、人群出价等内容进行设置。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲7、系统具有弹幕互动功能，直播过程中根据不同的商品自动推送相关问题、干扰弹幕，学生需在规定的时间内回答粉丝提出的有效问题。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲8、系统智能模拟直播环境，可设置直播过程中进行红包、福利抽奖、投票、秒杀推送、关注卡片、公告、粉丝推送、商品优惠券、裂变优惠券等互动。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲9、系统支持直播过程中实时显示直播间相关数据，包含商品销售数据、成交金额、观看人数、在线人数、粉丝数量、成交数据、流量数据等。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲10、手机 APP 在直播过程中具有 10 分钟倒计时功能。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等）	
--	--	--	--	--	--	--	--

						11、系统内置一套评分标准，学生实训后裁判可依据评分标准进行评分。 12、系统包含班级管理、学生管理、得分管理等基础教学管理功能，教师可通过手动添加或批量导入的方式创建学生账号，并可以对已添加的学生进行编辑、初始化密码等操作。 13、系统支持教师查看学生实训成绩，并通过 excel 导出成绩。 ▲三、品牌策划与推广系统： （一）内容要求：系统面向品牌策划、品牌推广、营销策划、新媒体营销等典型工作任务，从品牌分析与定位、品牌策划与设计、品牌营销规划、品牌推广内容策划、品牌推广活动策划、品牌策划与推广实战六个模块入手，训练学生完成品牌调查与分析、市场分析与选择、品牌定位、品牌策划、品牌设计、品牌营销规划、创意策划、内容制作与分发、品牌活动策划、活动管控、品牌策划方案撰写、商业汇报等技能，以及培养学生的团队合作、沟通表达、商业礼仪等职业素养。实训系统需是一个兼具实训和教师在线教学双重功能的理实一体化综合性实训系统，让学生知道应该做什么、怎么做。系统从岗位能力出发，通过对方案策划工作知识点及技能点的细化梳理，使学生能够循序渐进的掌握方案策划的思维逻辑，经过教、学、做、测、评五大步骤来完成对学生的绩效考核和教学评价，致力于将学生打造成为掌握品牌策划及推广技能的复合型人才。 需提供品牌策划与推广系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） （二）技术要求： 1、系统采用 B/S 架构，支持最新的 HTML5 标准，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。 2、系统采用前后端分离的架构模式，降低系统耦合度，减小服务器压力。 3、系统引入缓存机制，避免数据的重复创建、处理和传输，可	
--	--	--	--	--	--	--	--

						有效提高性能。 4、系统前端采用流行的 Html5 框架 layUI、jQuery 等，实现跨浏览器和跨屏的兼容支持、响应式布局，实现 B/S 平台多终端适应。 5、系统支持主流数据库，数据库使用索引，保证数据库数据的唯一性，提高数据的搜索及检索速度，提高系统的性能。 6、系统采用安全处理机制，如：防 SQL 注入、敏感数据加密处理。 （三）功能要求： 1、平台包含预习、测验、作业、实训等教学内容。 2、平台支持查看导学功能，方便教师和学生把握课程整体情况、教学内容、课程目标等内容。 3、学生账号展示预习、实训任务、单元测试等学习资源，针对实训任务和单元测试，依据学生操作反馈任务记录或测试记录。 ▲4、课件类学习资源可以在线进行评价、问答、笔记、纠错等功能。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲5、系统学生端应包含品牌分析与定位、品牌策划与设计、品牌营销规划、品牌推广内容策划、品牌推广活动策划、品牌策划与推广实战、综合实训至少 20 个实训任务。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲6、品牌分析与定位模块，包含市场分析、品牌资产分析、品牌定位等任务，实现应用品牌五星模型进行品牌资产分析，实现应用品牌知觉图模型开展品牌定位。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲7、品牌策划与设计模块，主要包含品牌个性定位等任务，并实现应用品牌个性量表对品牌个性进行分析与优化定位。 ▲8、品牌营销规划模块，包含品牌营销目标制定、市场拓展规划、品牌传播规划、品牌产品定价等任务，实现运用基于 OKR		
--	--	--	--	--	--	--	--	--

						模型品牌目标地图开展品牌营销目标制定的任务、实现运用品牌媒体矩阵模型进行品牌传播规划任务。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲9、品牌推广内容策划模块，包含推广海报策划与制作、推广软文策划与制作、推广视频策划与制作、内容投放策划等任务，提供在线图片编辑工具以支持必要的图文素材处理等任务操作，提供在线新媒体图文编辑工具实现软文策划与制作任务的操作，提供在线视频编辑工具支持推广视频策划与制作任务操作。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲10、品牌推广活动策划模块，包含品牌活动内容策划、品牌活动宣传策划、品牌活动预算控制、品牌活动实施管控、品牌活动目标管理等任务，且系统依据活动路线图（ROADMAP）工具进行活动宣传策划任务操作，依据活动营销漏斗并采用平均分析、趋势分析等方法进行活动目标管理任务操作，运用甘特图等工具进行活动实施管控等任务操作。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲11、品牌营销实战模块，包含品牌战略规划实战、新媒体海报营销实战、品牌活动策划实战、新媒体图文营销实战、品牌策划汇报实战等任务，其中新媒体海报营销及图文营销实战任务应提供新媒体图文线上编辑工具、H5海报线上编辑工具。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲12、系统新媒体图文编辑模板不少于 30 套，应提供新媒体海报编辑模板不少于 5 套，（标题、分割、正文、图文、引导）图文排版元素不少于 200 个。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） 13、综合实训应针对高职市场营销赛项方案策划模块设置模拟实训任务，包括品牌战略规划实战、品牌活动策划实战、新媒	
--	--	--	--	--	--	---	--

						体图文营销实战、品牌策划汇报实战。综合实训部分能满足 10 套题的训练。 ▲14、每个实训任务都要具有清晰的任务说明，包括任务目标、任务背景、任务分析、任务操作等内容。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲15、系统应提供品牌信息、产品信息等企业资料，市场环境信息、竞争对手信息等市场资料，消费者洞察数据、市场需求及价格预测数据、问卷调研数据、媒体数据、营销活动数据等必要数据资料，为品牌决策的制定做支撑。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） 16、学生账号具有学情分析功能，可以分析具体学习进度、学习成绩等信息。 17、教师账号可以对课程教学资源设置公开与非公开两种状态。 18、教师账号可以新增作业、新增考试，并查看待批考试与待批作业。 19、教师账号可以查看班级实训情况分析、学生实训情况分析、实训情况对比。 20、教师账号支持查看整体进度、参与人数、实训个数、作业个数等数据。 （四）服务能力要求： ▲1、所投软件必须承诺正版，并承诺在供货时提供所投软件的软件著作权证书，如不能提供或提供与所投产品不一致的，采购人有权不予签订合同。因版权问题造成的一切后果均由供应商承担。 ▲2、系统与中华人民共和国第二届职业技能大赛互联网营销师赛项竞赛内容匹配，满足教学实训、竞赛备赛要求，并提供承诺文件。 3、带有▲标识的条款为必须满足条款，如需提供截图的请提供相应截图。		
--	--	--	--	--	--	---	--	--

						4、系统并发数为 60 个。 服务器：1. 产品类别：机架式；2. 产品结构：2U 处理器；3. cpu 类型：≥4210R*2 颗单颗主频≥2.1Ghz, 核数≥10 核；4. 风扇：≥6 标准风扇；5. 内存：≥32GB*2；6. 硬盘：硬盘≥960G，数量≥2 个；7. 磁盘阵列卡：PERC1345RAID 控制器；8. PCIe4.0 插槽≥5 个；PCIe3.0 插槽≥1 个；9. 电源：≥2 个. 支持热插拔。 10. 机架导轨：滑动导轨, 不带电缆管理臂。		
2	网络推广理实一体化软件	1 套	中教畅享	V1.0	中国 中教畅享 （广西） 科技有限公司	网络推广： 一、技术要求 1、系统采用 asp.net 语言开发、B/S 架构，支持最新的 HTML5 标准，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。 2、系统采用前后端分离的架构模式，降低系统耦合度，减小服务器压力。 3、系统引入缓存机制，避免数据的重复创建、处理和传输，可有效提高性能。 4、系统前端采用流行的 Html5 框架 Bootstrap、jquery 等，实现跨浏览器和跨屏的兼容支持、响应式布局，实现 B/S 平台多终端适应。 5、系统支持主流数据库，如：SQL Server。数据库使用索引，保证数据库数据的唯一性，提高数据的搜索及检索速度，提高系统的性能。 6、系统采用安全处理机制，如：防 SQL 注入、敏感数据加密处理。 二、功能要求： 1、情景创设。系统需提供情景创设功能，介绍所推广网店的背景资料及产品资料。 ▲2、推广中心。系统需提供推广中心功能，展示学生总预算、已消费金额、预算余额和搜索引擎推广/推荐引擎推广的总消费、总点击量、总转化量、总转化率、当期消费、当期点击量、	238200.00	238200.00

						当期转化量、当期转化率以及搜索引擎优化的总搜索引擎优化值、当期搜索引擎优化值。 需提供推广中心相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） 3、数据分析功能。系统需提供数据分析功能，提供推广所需要的分析数据，包括店铺宝贝、关键词分析、时间流量解析、地域流量解析、推荐引擎推广出价分析。 （1）店铺宝贝要提供商品的标题、属性、描述、所属类目、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率。 （2）关键词分析要提供全部行业关键词的搜索词以及搜索人气、点击率、转化率、竞争指数，通过搜索关键词，可以查看相关关键词的搜索人气、点击率、转化率、竞争指数。 （3）时间流量解析可以查看一周内各时间段的潜在买家指数与质量指数。 （4）地域流量解析可以查看各类目的地区潜在买家指数与质量指数，包括地图样式与文字样式两种。 （5）推荐引擎推广出价分析，可以按照 CPC 和 CPM 两种扣费方式，来查看不同展位的推荐引擎推广最低出价、平均出价、建议出价，同时展示往期推荐引擎推广数据，包括平均点击率和平均转化率。 4、系统需提供搜索引擎推广功能。 （1）搜索引擎推广计划要包括标准计划和智能计划两种，每个推广计划下可以新建多个推广单元，推广计划下还可以进行投放时间、投放地域、计划消耗限额的设置。 （2）标准推广计划下每个推广单元最多可以添加 200 个关键词，智能推广计划最多可以添加 100 个关键词。 （3）系统提供推荐关键词，可以通过推荐关键词添加关键词，提供关键词的相关性、展现量、点击率、转化率、市场平均价，也可以通过全站搜索添加关键词，还可以通过加词清单手动添	
--	--	--	--	--	--	--	--

						加关键词。 (4) 添加关键词后可以按默认出价、自定义出价和市场平均价进行出价批量出价。 ▲(5) 关键词添加与出价后，在关键词列表页根据出价的改变动态的反馈关键词排名。需提供相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲(6) 在关键词列表中，关键词的质量分会根据创意质量的变化而动态变化。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） (7) 可以设置关键词的匹配方式为精准匹配和广泛匹配。 (8) 标准推广和智能推广计划下每个推广单元均可以添加 4 个推广创意，要提供系统根据产品信息自动生成的创意，创意的流量分配方式分为优选和轮播两种。 (9) 标准推广计划下可以进行人群溢价，精选人群包括：淘宝优质人群、店铺定制人群。 (10) 搜索引擎推广结束后，需要提供每个推广计划的限额、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。 (11) 搜索引擎推广结束后，需要提供每个推广单元的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。 ▲(12) 搜索引擎推广结束后，需要提供每个关键词的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） (13) 搜索引擎推广结束后，需要提供每个创意的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。 (14) 搜索引擎推广结束后，需要提供每个人群的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。 5、系统需提供推荐引擎推广功能。		
--	--	--	--	--	--	---	--	--

						(1) 推荐引擎推广可以新建 4 个推广计划组，每个推广计划组包括 2 个推广计划，推广计划下可以进行营销目标、投放时间、投放地域、限额的设置。 (2) 推广计划下的定向人群分为产品相关、兴趣意图、店铺相关，还需要提供定向人群的潜在买家数指数、质量指数、预估人数。 (3) 推荐引擎推广的资源位要提供站内资源位—无线焦点图、站内资源位—PC 焦点图、站内资源位—PC 首页通栏、站内资源位—PC 精选、站外资源位—手机浏览器类、站外资源位无线新闻阅读类、站外资源位—微博等不少于 7 个资源位。 (4) 推荐引擎推广结束后，需要提供每个推广计划组的限额、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费。 (5) 推荐引擎推广结束后，需要提供每个推广计划的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费。 ▲(6) 推荐引擎推广结束后，需要提供每种定向的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） ▲(7) 推荐引擎推广结束后，需要提供每种资源位的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费。需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能截图等） 6、搜索引擎推广和推荐引擎推广后，在标题优化时可以看到每个商品推广后的曝光量、点击量、点击率、成交量、转化率，其中，曝光量、点击量、成交量要是推广前的数据与搜索引擎推广、推荐引擎推广的数据的和。 7、系统需提供标题优化功能，学生能够借助产品说明查看商品的标题、属性、描述。 ▲8、系统需提供搜索排名查询功能，能够通过搜索关键词的形式直观地查看商品排名情况，并可以明显地识别出本店铺宝贝。 （需提供系统相关证明材料（包括但不限于彩页、官网和功能	
--	--	--	--	--	--	--	--

						截图等) 9、系统采用临时保存机制，避免学生在实训过程中因为失误造成的错误。 10、系统应具备完整的教学管理功能，包括教学中心和学习中心，进行查看课程、开课申请、开课审批、课程统计分析、学生课程分析、课程对比分析。 11、系统支持资源库建设和管理，支持图片、视频、文件、富文本等多种类型资源上传、预览；支持题库建设和管理，支持单选、多选、判断等理论题型的题库添加、编辑、删除。 12、课程设计支持目录结构调整，添加预习、拓展和课件，可关联多种类型学习资源、实训任务、富文本和单元测试。 13、作业支持随机出题和手动出题两种模式，支持单选、多选、判断和实训题，均采用客观判分，可进行预览、编辑、删除。 14、考试支持状态、时间、答案公开时间设置，持随机出题和手动出题两种模式，支持单选、多选、判断和实训题，均采用客观判分，可进行预览、编辑、删除。 15、系统支持学情分析管理功能，可对课程统计分析、学生课程分析和课程对比分析，分别查看课程和学生以及不同课程之间的课程训练次数、课程进度、学生随堂检测、学生作业、学生考试、实训任务学习等情况，能通过监测学生的实训数据，以图表的形式直观地反应出学生的活跃度。 16、学习中心支持查看课程所属学期、整体进度、参与人数、实训个数、作业个数；支持查看导学，方便把握课程整体情况、教学内容、课程目标等内容。其中，课件模块包含预习、测验、作业、实训等教学内容，显示任务记录和测试记录，满足学生自主学习；作业和考试模块显示未开始、进行中、已结束三种状态，并能显示相应得分，能按状态和名称进行快速筛选；成绩模块按课件学习、课堂活动、作业、考试进行统计汇总，涵盖学习行为和学习结果统计。		
合计金额大写：人民币 <u>伍拾玖万柒仟贰佰元整</u> （¥ <u>597200.00</u> ）								

注：

1. 以上性能配置清单中“货物名称、数量及单位、品牌、规格型号、制造商、原产地、参数性

能、指标及配置”必须如实填写完整，品牌、规格型号没有则填无，填写有缺漏的，其响应文件作无效处理。

2. 供应商的报价表必须加盖供应商公章并由法定代表人或者委托代理人签字或加盖 CA 签章，否则其响应文件作无效处理。

3. 报价一经涂改，应在涂改处加盖供应商公章（CA 签章）或者由法定代表人或者授权委托人签字或者盖章，否则其响应文件作无效处理。

4. 竞争性谈判文件中列明采购专用耗材的，应按竞争性谈判文件规定的耗材量或者按耗材的常规试用量提供报价。

5. 供应商在最终轮报价时，如最终报价与首次报价金额不一致，需提供合计金额与最终报价一致的报价明细表。

供应商[公章（CA 签章）]：中教畅享（西）科技有限公司

法定代表人：_____

日期：2025 年 6 月 4 日

