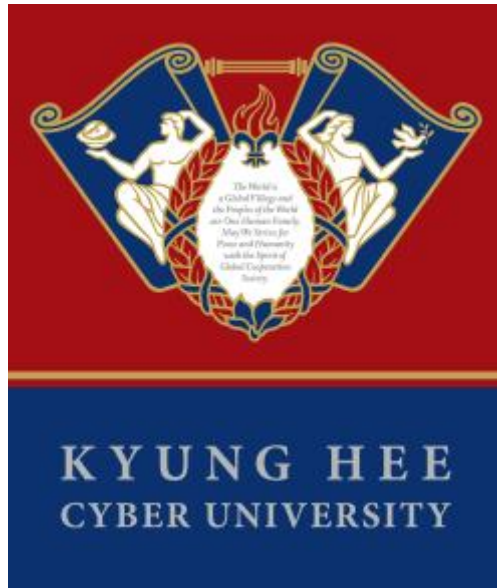


경희사이버대학교 2026~2027학년도
온·오프라인 종합 광고대행사 선정을 위한
제 안 요 청 서



2026. 3.

경희사이버대학교

목 차

I. 사업개요

1. 사업명
2. 사업 기간
3. 목적 및 추진방향
4. 과업범위
5. 사업제안 참고사항
6. 참가업체 유의사항

II. 입찰참가 안내

1. 입찰 방식
2. 입찰 금액
3. 참가 자격
4. 선정 방법
5. 평가 기준
6. 추진 일정
7. 제출 서류

III. 제안서 작성 및 제출 안내

1. 제안서 규격 및 분량
2. 제안서 목차 및 내용 가이드
3. 제안서 작성 유의사항
4. 제안서 효력
5. 접수
6. 문의

[붙임] 제출서류 양식

I. 사업 개요

1. 사업명 : 경희사이버대학교 2026~2027학년도 온·오프라인 종합 광고대행사 선정

2. 사업 기간 : 계약일로부터 ~ 2028년 3월 31일까지

3. 목적 및 추진 방향

- 가. 본교 브랜드 인지도 강화 및 지원자 극대화
- 나. 과학적인 데이터를 기반으로 한 최적의 광고·홍보 전략 수립
- 다. 입시환경과 광고시장을 분석하여 효율적인 매체 선정
- 라. 타 사이버대 광고 활동 분석을 통한 효과적인 대응 및 경쟁력 있는 광고전략 마련
- 마. 온라인 교육환경 및 광고트렌드 변화에 조응하는 효과적인 홍보 실행

4. 과업범위

가. 온라인 및 오프라인 광고 대행

- 1) 학생모집 광고 캠페인 전략 및 계획 수립
 - 가) 중장기 대학 브랜드 홍보 전략 제안
 - 나) 타 사이버대학과 차별화된 광고 전략과 컨셉 제시
 - 다) 예비 지원자 수요에 따른 차별화 된 마케팅·광고 캠페인 전략
 - 라) 광고·홍보 관련 조사 및 제반사항 지원
 - 마) 기타 본교 요청에 의한 업무 대행
- 2) 광고 매체 계획 수립
 - 가) 직장인, 일반인, 4년제 학사학위 취득 관심군 및 잠재지원자를 대상으로 함
 - 나) 효과적으로 학생모집에 지원까지 도달할 수 있는 온·오프라인 매체
 - 다) 온라인 교육 및 광고 트렌드 반영한 광고 매체
- 3) 매체 부킹 및 집행
- 4) 크리에이티브 전략 수립 및 시안 제작
 - 가) '경희'에 특화된 슬로건 작성 및 키비주얼 제작
 - 나) 타겟별 특성 고려한 시안 제작

나. SNS 운영

- 1) 대학 공식 SNS 채널 추진 계획 수립
- 2) 콘텐츠 기획·제작 및 이벤트 진행을 통한 콘텐츠 확산, 팔로워 증대
- 3) 바이럴마케팅을 통한 검색 결과 관리

다. 광고·홍보 효과 측정 및 분석

- 1) 기간별 광고 집행 결과 분석
- 2) 광고 결과 분석(광고효과 및 GA 측정, 결과 분석)
- 3) 분석 결과에 따른 향후 광고 캠페인 전략 제안 및 예산 효율화
- 4) 모니터링 및 이슈 관리

5. 사업제안 참고사항

가. 광고 트렌드 조사와 분석에 기반한 통합 마케팅 플랜 제시

나. 주요 타겟층에게 대학 브랜드와 입시 정보를 알릴 수 있는 광고전략 및 매체 제안

- 1) 타겟별로 차별화된 광고 전략 및 메시지·매체 제안
- 2) 대학(학부), 학과(전공), 대학원의 최적화 광고방안 및 연계 광고 방안
- 3) 온·오프라인 및 모바일·SNS를 고려한 혁신적인 광고 전략과 신규 매체 제안
- 4) 포털사이트 검색결과 관리 및 효과적·효율적인 네트워크 광고 운영
- 5) 상시기간(입시기간 외) 대학 브랜드 및 학교 인지도 확보 방안

다. 광고 방향 및 컨셉

- 1) 경희사이버대학교의 비전, 철학 제시 및 공유
- 2) 경희사이버대학교의 강점, 장점 제시
- 3) 사이버대학 및 온라인 교육 시장 상황을 고려한 경쟁력 있고 독창적인 광고 제작

라. SNS 운영 및 바이럴마케팅

- 1) 대학 공식 채널별 운영 전략
- 2) 구체적인 콘텐츠 제작 계획 수립 및 계획안 작성
- 3) 다양한 형태(카드뉴스, 인포그래픽, 모션 등)의 콘텐츠 제작 및 이벤트 진행
- 4) 채널 운영 및 활성화, 모니터링 및 결과보고
- 5) 상시 바이럴마케팅

6. 참가업체 유의사항

가. 참가업체는 입찰요령과 본교 제반규정 및 제안 사항 등을 준수해야 하며, 본 사업과 관련하여 얻은 당 자료 및 정보를 외부에 제공하거나 누설 해서는 안됨

나. 제안서는 사실에 입각하여 작성되어야 하며, 만약 허위 또는 부정한 사실이 확인될 경우 계약대상에서 제외 사유가 됨(제출한 모든 내용은 참고자료 및 근거자료 제시)

다. 계약 후에라도 제안서 내용이 허위로 작성되거나 제안한 내용을 충족시키지 못해 피해가 발생 할 경우, 손해배상책임을 져야 함

- 라. 참가업체는 심사결과에 대하여 어떠한 이의도 제기할 수 없으며, 본 공고와 관련하여 해석상의 차이가 있을 경우 본공고의 해석에 따름
- 마. 접수된 제안서 및 제안내용과 본 사업수행으로 인해 발생하는 모든 성과물은 본교 소유로 귀속하고, 저작권, 특허권 등 타인의 권리를 사용할 경우 참가업체에서 일체의 책임을 지고 대응해야 함
- 바. 본 계약에 의하여 수행된 결과물에 대한 저작권 일체는 대학이 소유하며, 동의 없이 이를 유출 또는 활용해서는 안 되며, 또한 대학은 필요시 결과물의 내용을 일부 보완 및 수정하여 사용할 수 있음
- 사. 과업수행 중 과업수행팀 전담인력을 교체하고자 할 때에는 사전에 대학과 협의를 거쳐 승인을 받아야 함

II. 입찰참여 안내

1. 입찰방식 : 제한경쟁입찰(*2단계 경쟁 입찰)
2. 입찰금액(연간) : 연간 1,500,000,000원(일금일십오억원) 내외 / 부가가치세 포함

구분		사업예산
광고대행	학부·대학원 학생모집 온라인·오프라인 광고대행 및 대학 공식 SNS 채널 운영(인스타그램, 페이스북, 네이버블로그, 카카오톡채널)	1,500,000,000원
총액		1,500,000,000원

- ※ 2026학년도 사업예산 기준
- ※ 사업예산은 대학 사정에 따라 변동될 수 있음

3. 입찰참가자격 (*아래의 모든 자격을 충족해야 함)
 - 가. 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행령 제12조(경쟁입찰의 참가자격)에 의한 유자격자로 소정의 등록을 필한 업체 및 동법 제76조(부정당업자의 입찰 참가 자격 제한)에 의거 제한받지 않은 업체로서 입찰신청 마감 시까지 소정의 서류를 갖추어 입찰 신청을 필한 법인 사업자
 - 나. 본 입찰 공고일 기준 사업장 주 소재지가 서울시인 광고 대행사로서 당해 사업에 관한 사업자등록증을 교부받은 업체

- 다. 최근 3년 내 국내 또는 해외광고 수행 실적이 있는 업체(매체 대행 및 광고 시안 제작 모
두)로 단일 광고주 대상 수주금액 15억원(연간 기준) 이상의 실적이 있는 업체
- 라. 본교의 경쟁 대학(타 사이버대학)과 현재 계약 중에 있지 아니한 업체
 - 경쟁 대학(타 사이버대학)과 현재 계약 중에 있지 아니하다는 확인서 제출
- 마. 국내외 모든 종류의 매체 구입 및 대행이 가능한 업체(인쇄·옥외·인터넷매체 등)
- 바. 온·오프라인 광고대행사로서 온·오프라인 통합 마케팅이 가능한 업체
- 사. 낙찰 후 계약 체결과 동시에 사업 진행이 가능한 업체
- 아. 여러 법인이 공동 참여하는 컨소시엄 형태는 별도 참여형태와 업무분장 표기
- 자. 입찰공고일 현재 청산·합병·매각 등 정리절차 중이거나 계획 중인 사업자와 부도·화의·워크
아웃(대상 또는 진행중인 업체) 또는 회생절차(신청 중 포함) 중인 사업자는 참가할 수 없음
- 차. 국세, 지방세 완납한 업체로 非법인 업체는 참여 불가

4. 선정 방법

가. 1차(서류) 심사 : (기술 70% + 정량 30%)

※ 제출된 제안서 등 서류 심사하여 2차 심사 참가 업체 선정

- 1) 5인 이상의 심사위원이 평가하며, 심사위원 명단은 공개하지 않음
- 2) 최상위, 최하위 평가위원 점수를 제외한 나머지 심사위원의 점수를 산술 평균하여(소수점 셋째자리에서 반올림) 산정함. 최상위 또는 최하위 점수가 2개 이상인 경우, 그 중 1개만 제외
- 3) 평가점수 상위 4개 업체를 2차 심사 참가 업체로 함
 - ※ 상위 4개 업체이라도 평가점수 70점(100점 만점 기준) 미만인 경우는 탈락 처리함
- 4) 평가에 관한 사항은 발주처의 권한이며, 평가위원·평가결과 등은 공개하지 않음
- 5) 입찰 참가 자격에 결격 사항이 있는 업체는 심사 없이 탈락 처리함

나. 2차 심사 : (기술 90% + 가격 10%)

1) 기술(제안서 발표) 평가(90%)

- 가) 1차 심사를 통해 선정된 업체만 참가함
- 나) 5인 이상의 심사위원이 평가하며, 심사위원 명단은 공개하지 않음
- 다) 최상위, 최하위 평가위원 점수를 제외한 나머지 심사위원의 점수를 산출 평균하여(소수점 셋째자리에서 반올림) 산정함. 최상위 또는 최하위 점수가 2개 이상인 경우, 그 중 1개만 제외
- 라) 기술평가점수 배점 한도(90점)의 80%(72점) 미만인 업체는 우선협상 대상자 선정 불가
- 바) 입찰 참가 자격에 결격사항이 있는 업체는 심사 없이 탈락 처리함

2) 가격 평가(10%)

- 가) 입찰 등록시 가격 제안서(광고 제작비 단가) 제출
- 나) 최저 제안가격을 10점으로 하여, 타 업체 제안가격 점수를 비례 산정함

다. 우선협상 대상자 선정

- 1) 기술+가격평가 합산점수(100점 만점 기준) 최고 득점 업체를 우선협상 대상자로 선정함
 - ※ 종합평가(기술+가격) 점수가 동점인 경우의 처리 기준
 - 기술평가 점수가 높은 업체를 선순위자로 함
 - 기술평가 점수가 동일한 경우에는 캠페인 및 매체 전략 > 광고/홍보 크리에이티브 전략 > 환경분석 및 전략 수립 > 회사신뢰도 및 광고주 지원 능력의 득점이 높은 순으로 선정
- 2) 기술평가점수가 배점 한도(90점)의 80%(72점) 미만인 업체는 우선 협상 대상자 선정이 불가함
- 3) 평가에 관한 사항은 발주처의 권한이며, 평가위원, 평가결과 및 협상내용 등은 공개하지 않음
- 4) 제안업체는 제안서 평가방법, 낙찰자 선정과정과 평가결과 등 제반사항에 대하여 이의를 제기할 수 없음
- 5) 협상이 성립되면 협상 결과를 반영한 사업수행계획서를 제출하고 계약을 체결함
- 6) 우선협상 대상자와 협상이 성립되지 않는 경우에는 순차적으로 차순위 업체와 협상을 실시하며, 모든 협상 대상자와 협상이 결렬된 때에는 유찰 처리함

5. 평가 기준

구분		배점	평가주체	평가방법	
1차	서면심사	정량적 평가 (계량화)	30	계약담당	객관적 지표에 따른 절대평가
		기술(정성적 평가)	70	제안서 평가위원	항목별 평가위원의 주관적 평가
2차	발표심사	가격평가 (계량화)	10	계약담당	객관적 지표에 따른 절대평가
		기술(정성적 평가)	90	제안서 평가위원	항목별 평가위원의 주관적 평가

※ 입찰참가업체의 PT와 제안서를 평가위원회에서 평가기준에 의거 평가 항목별 평가

○ 1차 서면심사 평가항목

구분	평가항목	평가요소	배점	채점기준
서 면 심 사	정량적 평가 (30점)	동일 사업 수행실적	8	다음 페이지 안내
		유사 사업 수행실적	4	
		기술인력 보유현황	6	
		신용평가등급	6	
		최근년도 자기자본비율	6	
	기술부문 평가 (70점)	광고 환경 분석 및 타 사이버대학과 차별화된 독창적인광고 전략과 컨셉 제시	15	최고 15점 최저 7.5점
		타겟별로 차별화된 마케팅·광고 캠페인 전략과 매체 믹스 제안	15	
		온·오프라인 및 모바일·SNS를 통합 고려한 혁신적인 광고 전략	10	최고 10점 최저 5점
		광고 트렌드 조사와 분석에 기반한 현실적인 통합 마케팅 플랜	10	
		광고 컨셉을 반영한 광고시안	10	
		광고 집행 및 관리 방안의 체계성	10	
합 계			100	-

○ 1차 정량적 평가항목 : 동일·유사 사업 수행실적

평가항목	평가요소	배점	채점기준
동일사업 수행실적 (8점)	▶최근 3년 이내의 동일사업 수행실적 - 사이버대학 학생모집 광고·홍보 종합대행 수행 실적 ; 온라인·오프라인 통합 광고 캠페인 운영(매체운영+콘텐츠제작)	8점	※연간 기준 ·5억원 미만 건당 1점 ·5억원 초과 ~ 10억원 미만 건당 2점 ·10억원 이상 건당 3점
유사사업 수행실적 (4점)	▶최근 3년 이내의 유사사업 수행실적 - 대학(교육기관) 또는 공공기관 광고·홍보 대행 수행 실적 ; 온라인광고 포함한 종합광고 대행	4점	※연간 기준 ·5억원 미만 건당 1점 ·5억원 초과 ~ 10억원 미만 건당 2점 ·10억원 이상 건당 3점
합 계		12점	-

※ 유사사업 수행실적과 동일사업 수행실적은 중복 반영되지 않음

○ 1차 정량적 평가항목 : 기술인력 보유현황, 신용평가등급, 자기자본비율

평가항목	평가요소	등급평가	점수
기술인력 보유현황 (6점)	▶참여인력의 경력 및 전문성 - 참가자가 제출한 입찰서식 중 '투입인력계획서'를 통하여 전체 참여인력의 점수를 합산하여 평가 - 경력별 평가기준 * 10년 이상 1명당 : 5점 * 10년 미만 1명당 : 3점 * 5년 미만 1명당 : 2점 * 2년 미만 1명당 : 1점	# 15점 이상	6
		# 12점 이상 ~ 15점 미만	5
		# 9점 이상 ~ 12점 미만	4
		# 6점 이상 ~ 9점 미만	2
		# 6점 미만	0
경영상태 (12점)	▶신용평가등급 평가(6점) - 참가자가 제출한 신용평가등급확인서의 기업신용등급에 따라 평가	# AAA	6
		# AA+, AA0, AA-	5
		# A+, A0, A-	4
		# BBB+, BBBO	3
		# BBB-, BB+, BB0	2
		# BB-, B+, B0, B-	1
	# CCC+ 이하	0	
	▶최근년도(2025년) 자기자본비율(6점)	# 100% 이상	6
		# 80% 이상 ~ 100% 미만	5
		# 40% 이상 ~ 80% 미만	4
# 20% 이상 ~ 40% 미만		3	
	# 20% 미만	2	

※ 실적평가부분은 실적증명서 등 미제출 시 인정하지 않음

※ 신용평가등급 평가의 경우 신용평가등급확인서 미제출 시 최하점 부여

○ 2차 기술평가 평가항목·내용 및 배점 기준

평가항목	평가요소	배점	채점기준
환경분석 및 전략 수립	<ul style="list-style-type: none"> 사이버대학 및 본교에 대한 이해도 경쟁 대학 마케팅·광고 활동 이해도 및 본교와의 차별성 예비지원자 분석 및 광고 전략에의 반영 	15점	최고 15점 최저 9점
캠페인 및 매체 전략	<ul style="list-style-type: none"> 캠페인 전략 및 기업, 기관 등과의 제휴 전략 광고 목표 및 예산 설정의 합리성 광고매체 선정의 효과성·합리성·실현가능성 기간별 광고 집행 전략 및 계획의 타당성 광고매체 활용의 창의성·체계성 광고 트렌드 조사·분석 및 광고매체 확보 능력 광고·홍보 효과 측정 및 분석 방법의 적절성 	35점	최고 35점 최저 21점
광고/홍보 크리에이티브 전략	<ul style="list-style-type: none"> 슬로건 및 키비주얼 컨셉의 적정성 광고 디자인의 독창성 및 주목성 잠재지원자에 대한 소구력 본교 커뮤니케이션 채널로의 확장성 SNS 콘텐츠 기획·제작 능력 및 바이럴 전략 	25점	최고 25점 최저 15점
회사신뢰도 및 광고주 지원 능력	<ul style="list-style-type: none"> 광고대행 투입 인력의 우수성·적정성·전문성 광고·홍보 집행결과 분석 및 관리방안 광고주 의견 수렴 및 커뮤니케이션 능력 	15점	최고 15점 최저 9점
합 계		90점	-

○ 2차 가격평가 채점기준

제작비 구분	가중치	비고
오프라인 광고 제작비 항목별 제안금액 합산액	×100%	
온라인 광고 제작비 항목별 제안금액 합산액	×500%	
SNS 제작·운영비 항목별 제안금액 합산액	×350%	
촬영비	-	*평가하지 않음
영상제작비	-	*평가하지 않음

※ 가중치를 적용하여 환산한 금액의 합계액으로 가격평가 점수를 산정함

※ 촬영비 및 영상제작비의 경우, 가격평가에서는 제외하되 계약 체결시 반영함

6. 추진 일정(안)

구분	일시	장소
입찰 공고	2026. 03. 25.(수)	-
입찰 등록 (제안서 및 제안발표자료 제출)	2026. 04. 03.(금) 14:00 마감	경희사이버대학교 네오르네상스관 301-1호 사무처
1차 평가 결과 발표	2026. 04. 10.(금)	개별 안내
2차 평가 (기술평가-PT)	2026. 04. 15.(수) 예정 시간 추후 안내	개별 안내

7. 제출서류(제안서 등 제출물) ※ 컨소시엄 형태로 참여할 경우 참여업체 모두 제출 원칙

- 가. 입찰참가 신청서 1부 (별지서식 1 참조)
- 나. 입찰참가 서약서 1부 (별지서식 2 참조)
- 다. 청렴 계약 이행 서약서 1부 (별지서식 3 참조)
- 라. 경쟁입찰참가자격등록증 : 입찰참가자격 증빙
- 마. 확약서 2부
 - 타 사이버대학과 현재 계약 중에 있지 아니하다는 확약서 1부
 - 계약기간동안 타 사이버대학과 계약하지 아니한다는 확약서 1부
- 바. 제안서 10부
- 사. 제안서 파일, 시안, 제안발표(PT)자료가 포함된 USB 저장자료 2개
- 아. 회사 일반현황 및 주요 연혁 1부 (별지서식 4 참조)
- 자. 2023년~2025년 표준재무제표 각 1부
- 차. 신용평가등급확인서 1부
- 카. 자격요건 실적 증빙서류 (3. 입찰참가자격 및 별지서식 5 참조)
- 타. 평가대상 실적 증빙서류 (5. 평가기준-1차 정량적 평가항목 및 별지서식 5 참조)
- 파. 투입인력 계획서 (별지서식 6, 6-1 참조)
- 하. 가격(광고제작비 단가) 제안서 1부 (별지서식 7 참조)
- 거. 사업자등록증 사본
- 너. 법인등기부등본(입찰 공고일 이후 발행)
- 더. 국세 및 지방세 완납증명서(유효기간 내 발급)
- 러. 법인인감증명서(입찰 공고일 이후 발행), 사용인감계(사용 시), 사용인감(현장 확인)
- 머. 입찰보증금 : 입찰보증보험증권으로 제출
 - 보증금액 : 본 입찰금액(15억원)의 5% 이상
 - 보증기간 : 입찰등록일 이전부터 입찰등록 마감일의 30일 이후(2026년 04월 27일)까지
 - 피보험자 : 경희사이버대학교(204-82-05544)
 - 증권 출력 제출
- ※ 낙찰일로부터 14일 이내에 계약을 체결하지 않는 경우, 입찰보증금은 우리 대학교에 귀속하며, 차순위 업체와 협상을 진행함
- 버. (입찰 등록자가 대표자가 아닌 경우) 재직증명서, 위임장, 신분증(원본 지참, 사본 제출)

III. 제안서 작성 및 제출 안내

1. 제안서 규격 및 분량

- 가. 제안서는 PPT 파일로 작성하고 A4 가로쓰기로 작성, 제본 형태로 제출
- 나. 제안서 분량 제한 : 50페이지(약 15분 정도의 프리젠테이션 시간 감안해 작성)
- 다. 제안서 중 2도 이상 사용된 페이지는 반드시 컬러 인쇄
- 라. 제안서는 아래의 목차 및 가이드에 따라 작성

2. 제안서 목차 및 내용 가이드

구분	제안서 목차
1. 회사 일반현황 및 사업 수행 역량	가) 회사 개요 및 주요 연혁 나) 조직 구성 및 전문 인력 현황 다) 사업 수행 조직 및 참여 인력 구성 라) 주요 사업 분야 및 핵심 경쟁력 마) 최근 3년간 주요 광고·마케팅 수행 실적 바) 사이버대학 및 유사 사업 수행 사례
2. 사업 이해도 및 추진 전략	가) 사업 목적 및 과업에 대한 이해 나) 대학 브랜드 및 학생 모집 환경 분석 다) 타겟 분석 및 광고·홍보 전략 방향 라) 차별화 전략 및 핵심 메시지 제안
3. 광고·홍보 운영 및 실행 계획(기술 제안)	※ 제안서 심사기준의 2차 평가 항목 순으로 작성하되 가)~마) 내용 포함 가) 연간 광고·홍보 운영 전략 나) 매체 운영 전략 다) 콘텐츠 및 광고 크리에이티브 방향 라) 광고 집행 및 운영 관리 방안 마) 성과 분석 및 리포팅 계획

※ 제안서는 아래 상세 내용 반드시 포함해 작성

※ 2026학년도(~2027.2) 학부 학생모집 광고비 집행 예정액(年15억원)을 고려하여 작성

- 가. 2026~2027학년도 학생모집 통합 광고 캠페인 전략 및 컨셉
 - 2026-2학기 및 2027-1학기 학부 학생모집 통합 마케팅 플랜
 - 연간 대학 브랜드 관리 전략 및 중장기 홍보전략 제시
 - 타 사이버대학과 차별화된 광고 전략과 컨셉 제시
 - 지원자 수요 및 트렌드를 반영한 마케팅·광고 캠페인 전략과 매체 믹스 제안
 - 포털사이트 검색광고 관리
 - SNS 채널별 특성 고려한 운영 방향 제안 및 구체적인 콘텐츠 예시

- 2027학년도 1학기 학생모집 미디어믹스 1부
- 나. 2026학년도 2학기 학부 학생모집 광고 시안
 - 광고 시안
 - 2026-2학기 학부 학생모집 온라인 광고(네이버 타임보드 포함) 2종 이상
(메인 그래픽 및 카피 포함 시안 제시)
 - 2026-2학기 학부 학생모집 포스터(온·오프라인 광고 및 홈페이지 활용 가능한 컨셉)
 - SNS 시안
 - SNS 커버 이미지(네이버 블로그 기준)
 - SNS 게시용 콘텐츠 구성안 및 시안 2종(인스타그램 기준)
- 다. 광고 집행 및 관리 방안
 - 광고 관리 방안
 - 광고 결과 분석 방안(광고효과 및 GA 측정, 결과 분석)
- 라. 주요 실적
 - 과거 주요 광고 실적(최근 3년)
 - 과거 주요 오프라인(신문, 옥외 등) 광고 시안
 - 과거 주요 온라인(배너, 영상, SNS 등) 광고·홍보 시안
- 마. 컨소시엄 및 외주 업체 명기
 - 국내외 업체와 컨소시엄을 구성하여 참여 가능
 - ※ 단, 대표업체는 단일 광고주 대상 수주금액이 대상 수주금액이 10억원 이상의 실적이 있어야 함
 - ※ 컨소시엄 구성 및 외주업체 명기, 컨소시엄 및 외주업체도 모든 구비서류 제출(제출할 수 없는 서류는 사유 별도 표기), 운영 인력(PM 및 실무자) 경력사항 제출

3. 제안서 작성 유의사항

- 가. 제안서에는 본 제안요청서에서 요구하는 모든 사항을 기술하여야 함
- 나. 제출된 제안서는 일체 반환하지 않으며, 본 제안과 관련된 일체의 소요 비용은 제안사의 부담으로 함
- 다. 모든 제안 서류의 작성은 한글 표기를 원칙으로 하며, 부득이하게 전문 용어를 사용하는 경우에는 한글로 용어를 해설
- 라. 제안서의 내용은 명확한 용어를 사용하여 표현하며 “~를 제공할 수도 있다.”, “~이 가능하다”, “~을 고려하고 있다” 등과 같은 모호한 표현은 제안서 평가시 불가능한 것으로 평가
- 마. 제안 내용에 대한 확인을 위하여 추가 자료 요청 또는 현지 실사를 할 수 있으며, 제안사는 이에 응하여야 함
- 바. 제출된 자료의 기재내용이 허위사실로 인정될 경우 평가 대상에서 제외되며, 계약 후에도

- 제안서의 내용이 허위로 작성한 사실이 발견되거나 제안된 내용을 충족시키지 못할 경우, 제안사는 일체의 손해배상 책임을 짐
- 사. 제안 참여 업체는 제안과정에서 취득한 정보와 계약의 이행과정에서 취득한 각종 정보를 본 교의 사전 승인 없이 제3자에게 누설하지 아니함

4. 제안서 효력

- 가. 제안서의 내용은 제안사가 대행사로 선정된 후 계약서에 명시되지 않더라도 계약서와 동일한 효력을 가짐. 단, 계약서에 명시한 경우는 계약서 사항이 우선함
- 나. 필요시 제안사에 추가 제안이나 자료를 요청할 수 있으며, 이에 따라 제출된 자료는 제안서와 동일한 효력을 가짐

5. 접수

- 가. 제안서 제출(입찰 등록)
- 마감일시 : 입찰 공고문 참조
 - 제출방법 : 직접 방문
 - 제출장소 : 경희사이버대학교 사무처 인사총무팀
(경희대학교 서울캠퍼스 네오르네상스관 301-1호)
- ※ 대표자 인감이 날인된 공문과 함께 직접 제출 (우편접수 불가)
- 나. 제출서류
- II. 입찰참여 안내 7. 제출서류 참조

6. 문의

- 과업 관련 : 커뮤니케이션센터 신현정, 02-3299-8725, khcupr@khcu.ac.kr
- 입찰 접수 : 사무처 인사총무팀 이인수, 02-3299-8774, chongmu@khcu.ac.kr
- 별도의 사전 설명회는 진행되지 않으며, 기타 자세한 문의는 가급적 메일로 부탁드립니다.
- 시안 제작을 위한 대학 사진, UI 등 데이터는 이메일로 요청한 업체에만 제공합니다.
(커뮤니케이션센터, khcupr@khcu.ac.kr)

입찰 참가자 서약서

1. 입찰 참가 업체는 본교에서 제시한 공고문, 제안요청서 등 제반 모든 사항을 충분히 검토, 숙지하고 입찰에 참가하며, 이를 인정하지 못하여 발생하는 모든 책임은 참가업체에게 있다.
2. 입찰 참가업체는 낙찰되는 경우, 입찰 등록시 제출한 제안서와 추가로 제시한 모든 내용을 포함한 용역을 제공해야 함을 유념하여야 하며, 사업자로 선정될 경우 계약서의 일부가 될 것임을 확약하고 본교의 요구사항에 부합하는 용역을 제공하여야 한다.
3. 제안서 제출과 평가에 있어 본교가 결정한 평가내용, 방법 및 평가결과를 수용하고 제안서 평가와 관련하여 추후 이의도 제기하지 않아야 한다.
4. 제안서에 기재내용과 제출서류가 허위로 판명될 경우 적격대상업체에서 제외 및 최종 선정 후에도 무효가 되어도 이의를 제기하지 않는다.
5. 사업자로 선정될 경우 본 제안서가 계약서의 일부가 될 것임을 확약한다.
6. 입찰 및 계약진행에 있어 제안요청서 외 내용과 관련해서는 본교의 입찰 계약담당 직원의 의견에 따라 진행함에 이의를 제기하지 않는다.
7. 사업대상자(낙찰업체)는 본교에서 지정한 날짜 안에 계약을 체결하여야 하며, 불응시 이행입찰보증금은 본교에 귀속 후 차순위 계약 대상자와 계약을 체결하는데 이의를 제기하지 않는다.
8. 입찰참가 신청서를 제출한 후 정당한 사유 없이 입찰에 참가하지 아니한 자는 해당 입찰 건(재공고입찰, 수의계약 등)에 대하여 포기한 것으로 간주한다.
9. 본교에 제출한 입찰 관련 제반 서류는 반환하지 아니한다.

위 사항을 모두 숙지하고 입찰에 참가하며 어떠한 이의가 없음을 확인합니다.

년 월 일

업체명 :

주 소 :

대표자 : (인)

경희사이버대학교 사무처장 귀하

청렴계약 이행 서약서

당사는 부패 없는 투명한 기업경영과 공정한 행정이 사회발전과 국가 경쟁력에 중요한 관건이 됨을 깊이 인식하며, 국제적으로도 OECD뇌물방지 협약이 발효되고 부패기업 및 국가에 대한 제재가 강화되는 추세에 맞추어 청렴계약제 시행 취지에 적극 호응하여 입찰에 참여함에 있어 당사 임직원과 대리인은

1. 입찰가격의 유지나 특정인의 낙찰을 위한 담합을 하거나 다른 업체와 협정, 결의, 합의하여 입찰의 자유 경쟁을 부당하게 저해하는 일체의 불공정한 행위를 하지 않겠습니다. 이를 위반하여 경쟁입찰에 있어서 특정인의 낙찰을 위하여 담합을 주도한 것이 사실로 드러날 경우 조달청에서 시행하는 입찰에 입찰참가자 격제한 처분을 받은 날로부터 **1년 이상 2년 이하 동안** 참가하지 않겠으며, 경쟁입찰에 있어서 입찰자간에 서로 상의하여 미리 입찰가격 협정을 주도하거나 특정인의 낙찰을 위하여 담합을 한 사실이 드러날 경우 조달청이 시행하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받은 날로부터 **6개월 이상 1년 이하 동안** 참여하지 않고, 위와 같이 담합 등 불공정행위를 한 사실이 드러날 경우 독점규제 및 공정거래에 관한 법률에 따라 공정거래위원회에 고발하여 과징금 등을 부과토록 하는데 일체 이의를 제기하지 않겠습니다.
2. 입찰, 계약체결 및 계약이행 과정에서 발주사에게 직·간접적으로 금품·향응 등의 뇌물이나 부당한 이익을 제공하지 않겠습니다. 이를 위반하여 입찰, 계약의 체결 또는 계약이행과 관련하여 발주사에게 뇌물을 제공함으로써 입찰에 유리하게 되어 계약이 체결되었거나 계약이행 과정에서 편의를 받아 부실하게 이행한 사실이 드러날 경우에는 조달청이 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받은 날로부터 2년 동안 참가하지 않겠으며, 입찰 및 계약조건이 입찰자 및 낙찰자에게 유리하게 되도록 하거나, 계약이행을 부실하게 할 목적으로 발주사에게 뇌물을 제공한 사실이 드러날 경우에는 조달청이 시행하는 입찰에 입찰참가자 격제한 처분을 받은 날로부터 1년 동안 참가하지 않고, 입찰, 계약체결 및 계약이행과 관련하여 발주사에게 뇌물을 제공한 사실이 드러날 경우에는 조달청이 시행하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받은 날로부터 6개월 동안 참가하지 않겠습니다.
3. 입찰, 계약체결 및 계약이행과 관련하여 발주사에게 뇌물을 제공한 사실이 드러날 경우에는 계약체결 이전의 경우에는 낙찰자결정 취소, 계약이행 전에는 계약취소, 계약이행 이후에는 당해계약의 전체 또는 일부 계약을 해지하여도 감수하겠으며 민·형사상 이의를 제기하지 않겠습니다.
4. 회사 임·직원이 발주사에게 뇌물을 제공하거나 담합 등 불공정 행위를 하지 않도록 하는 회사윤리강령과 내부비리 제보자에 대해서도 일체의 불이익처분을 하지 않는 사규를 제정토록 노력하겠습니다.

위 청렴계약이행서약은 상호신뢰를 바탕으로 한 약속으로서 반드시 지킬 것이며, 낙찰자로 결정될 시 본 서약내용을 그대로 계약특수조건으로 계약하여 이행하고, 입찰참가자격제한, 계약해지 등 기획재정부의 조치와 관련하여 당사가 기획재정부를 상대로 손해배상을 청구하거나 당사를 배제하는 입찰에 관하여 민·형사상 이의를 제기하지 않을 것을 서약합니다.

2026년 02월 00일

서 약 자(대표) : (인)

경희사이버대학교 총장 귀하

회 사 일 반 현 황

1. 개 요

업체상호 (영문)	()	대표자 성명		
소재지	(전화 :) (FAX :)	사업자 등록번호 (개업년월일)	()	
직원 수	00명(기획 00명, 디자인 00명, 기타 00명) ※ 상근직만 해당			
해당업무 담당직원 (3인이상)	(성명, 직위, 및 경력년수 기재)			
자본금 (납입)	백만원		결산일	월말일(년 회)
매출액 (최근 3개년)	구분	2025년도	2024년도	2023년도
	총매출액			
사업의 종류	1. 법인(), 개인()		법인설립일	
	2. 업태 :		최근 3년간 직원수	년()
	3. 종목 :			년()
	4. 대기업(), 중소기업()			년()

2. 신인도(해당사항은 관련 증빙서류 첨부)

- 가. 최근 2년 이내 1년 이상의 부정당업자 제재를 받은 사실 유무 ()
- 나. 최근 2년 이내 1년 미만의 부정당업자 제재를 받은 사실 유무 ()

3. 해당용역 수행능력 결격 여부

- 가. 최근 1년 이내에 용역 도중 또는 완료 후 계약목적물의 현저한 손괴를 가져왔거나 사상자를 발생시켜 사회적 물의를 일으킨 적이 있는지 사실유무 ()
- 나. 부도 상태에 있는지 사실 여부 ()

실 적 증 명 서

신 청 인	업체명(상호)		대 표 자			
	사업자등록번호		전화번호			
	영업소재지					
	증명서용도		입찰참가 신청용	제 출 처	경희사이버대학교	
	사업의 종류					
최근 3년내 수행실적	연도	용역명	계약기간	증빙 실적기간	발주처	실적금액(원)
	년					
	년					
	년					
	년					
	년					
	합계					
증명서 발급기관	위 사실을 증명함. 년 월 일					
	기관명 :			(인) (전화번호 :)		
	주소 :			(FAX번호 :)		

- ※ 2023.3월 이후 사업 기재(3. 입찰참가자격 참조)
- ※ 증빙 서류(원본대조필 계약서 사본 혹은 발주처·조달청 발행 실적증명서) 제출사업만 기재
- ※ 실적증명서 발행이 어려울 경우, 계약서 사본 및 전자세금계산서 청구내역서를 제출하여 실적증명서 대체 가능
- ※ 최근 3년 이내 수행실적이 많은 경우 별지 작성 첨부

투 입 인 력 현 황

회사명 : (인)

분야	성명	연령	근무경력	직급	최종학력	담당업무	주요업무 수행능력	투입률
사업총괄 책임자								
프로젝트 관리자								
부문								
부문								
부문								
부문								
부문								
합계								100%

- ※ 분야(역할 구분)란에는 각 영역(제안사에서 세분화하여 제시)별 책임자, 기타 등으로 구분하여 기재
- ※ 직급 분류란에는 직급별 계상기준에 의거한 직급(책임급, 선임급, 원급, 기능급)을 기재
- ※ 투입율(참여율)은 실질적으로 투입가능한 인원을 기재하여야 하며 사업을 100%로 보았을때 인원 별 투입비중을 나타내는것임
- ※ 투입 인력 전원에 대하여 기재하며 인원별 다음장의 '투입 인력 세부이력사항' 작성
- ※ 계약 및 사업진행 시 각 영역별 책임자 급 이상의 교체는 제안사 임의로 변경할 수 없으며 반드시 사업주관기관과 협의하여야 하며, 사업주관기관에서 인력의 교체를 요구할 경우, 제안사는 반드시 성실히 협의하여 동급 이상의 인력으로 교체한다.

투입 인력 세부이력사항

성명		소속		직위	
연령		최종학교		전공	
자격증					
기술등급					
해당분야경력	년		개월		
본사업 참여 분야					
본 사업 참여기간	. . . ~			참여율	%
경 력 사 항					
사 업 명	사업개요	참여기간	담당업무	발주처	비 고

1. 최근 수행한 사업순으로 기재한다.
2. 해당 분야 근무경력을 파악할 수 있도록 작성
3. 개별 수행인력 전원 이력사항 증빙(재직증명, 학력증명, 경력증명, 자격증 사본 등) 제출 필수 → 주 민등록번호는 삭제 후 첨부 * 기재된 이력에 대한 증빙 누락 시 해당 인력 불인정
4. 프로젝트 관리자는 신분증 사본 추가 제출

가격(광고 제작비 단가) 제안서

※ 모든 항목 정확한 금액 명시 (“실비”기재 불가)

1) 오프라인 광고 제작비(신문, 잡지, 옥외광고 등)

항 목	금액(원) VAT포함	단위
기획료(콘셉트 기획)		1건
카피 개발		1건
시안 제작		1건
최종 교정 및 출력		1건
바레이션(리사이징)		1건
합 계		-

2) 온라인 광고 제작비

항 목	금액(원) VAT포함	단위
정적 배너(DA)		1건
HTML5 배너 (애니메이션 및 인터랙티브 포함)		1건
랜딩페이지 제작		1종
기획 및 광고 카피 제작		1건
바레이션(리사이징)		1건
합 계		-

3) SNS 제작비(인스타그램, 페이스북, 네이버 블로그, 카카오채널에 한함)

항 목	금액(원) VAT포함	단위
채널운영비 (4개 채널 미러링 포함)		월별
콘텐츠 기획(구성안 포함)		1건
카드뉴스(2~4페이지)		1종
카드뉴스(5~7페이지)		1종
카드뉴스(8~10페이지)		1종
단일이미지		1건
합 계		-

4) 촬영비

항 목	금액(원) VAT포함	단위
스튜디오 촬영		1회
현장 촬영		1회
모델 섭외		1건
스타일링		1건
사진 보정		1건
합 계		-

5) 영상 제작비

구분(제작 형태)		영상 길이	금액(원) VAT포함	비고
프로모션 영상	브랜드 이미지 홍보 영상	1분 내외		학교 소개, 대학 브랜드 이미지
		5분 내외		
바이럴 영상	캠페인 홍보, SNS	1분 내외		입시기간 홍보/ 메니페스토영상
		5분 내외		
모션그래픽 영상	인포그래픽, 타이포 영상 등	1분 내외		학교생활, 입학안내, 학과소개, 학교행사 안내
		5분 내외		
SNS (유튜브) 콘텐츠	예능/ 시리즈물 / 기획물	10분 내외		기획영상
	하이라이트 제작 / 기존 영상 편집 / 미러링	1분 내외		필요시
		5분 내외		
	인터뷰영상	5분 내외		
	숏폼 / 릴스 등	20초 내외		
	썸네일 제작	1건		
	배너 GIF 제작	1건		
실시간 중계	-			
합 계				-

상 호 :

주 소 :

대표자 :

(인감)

경희사이버대학교 사무처장 귀하