

**「2026학년도 배재대학교 온오프라인 입시홍보 및
종합광고 용역업체 선정을 위한 제안요청서」**

2026. 3.

배재대학교 소통·협력본부 홍보팀

1. 사업 내용

- 가. 사업명: 2026학년도 배재대학교 온·오프라인 입시홍보 및 종합광고 용역업체 선정
- 나. 사업기간: 계약 체결일로부터 2027년 1월 31일까지
- 다. 사업예산: 150,000,000원(금일억오천만원) 이내 (부가세 포함)
- 라. 해당 제안서 작성과 관련하여 별도의 현장설명회 없음

2. 사업 추진 방향

- 가. 대학 비전이 반영된 홍보 전략 수립을 통해 **대학 브랜드 상승으로 입학자원 모집 시 경쟁력 확보**
- 나. 대학의 브랜드, 이미지 제고를 통한 효율적 광고·홍보 매체 집행을 통한 **입시 경쟁력 우위 확보**
- 다. 차별화된 매체 광고를 통한 우수 신입생 유치 및 입학 지원을 증가 (전년도 지원을 참고)
- 라. 데이터 기반의 최적의 홍보전략 수립 및 광고·홍보비 예산 효율성 제고
- 마. 타 대학 광고 활동 분석을 통해 경쟁력 있는 광고·홍보전략 마련

3. 사업 범위

- 가. 온라인 매체 홍보: 온라인 광고[유튜브(동영상)], 인스타그램, 카카오톡, 포털 배너 광고, 수만화 등 기타 모바일 광고 등

구분	내용	수량	비고	
소셜미디어	네이버 블로그	- 입시정보, 학과소개, 시리즈물 등 배재대 홍보와 관련된 사항을 대학 마스코트를 활용하여 제작 및 게시	상시	
	페이스북			
	인스타그램			
	유튜브	- 타깃광고 콘텐츠 개발 및 광고 진행	총 1회	
	- 유튜브 일반 영상 제작	6초: 1개 15초: 1개 30초: 1개		
	- 대학 광고영상 제작			
	· 범퍼애드(6초) · 인스트림(15초) · 인스트림(30초) ※ 1편 촬영 후 시간대에 맞춰 편집			
	SNS 이벤트	- 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등과 연계한 온라인 이벤트 진행	4회 이상	
온라인 광고 진행	유튜브	- 유튜브 광고 진행 · 범퍼애드(6초) 광고 진행 · 인스트림(15~30초) 광고 진행 ※ 유튜브 동영상 시작 전, 중간, 종료 후 등 대학 광고 삽입 ※ 월 광고 예산 산정 후 진행	상시	입시 기간 집중

구분		내용	수량	비고
온라인 광고 진행	GDN	- 구글 제휴 언론사 및 커뮤니티사이트 등 배너 광고 진행 - 구글 검색 결과 값에 따른 노출 진행 - 배너 제작 및 컨펌 진행 ※ 월 광고 예산 산정 후 진행	상시	입시 기간 집중
	DDN	- 다음·카카오 사이트 및 제휴 언론사, 커뮤니티사이트 등 배너광고 진행 - CPC 노출 진행 - 모바일, PC 등 광고 형식에 대해 사전 협의 ※ 월 광고 예산 산정 후 진행	상시	
	기타 광고매체	- 입시 타깃 대상 효과적인 온라인 광고 진행 매체에 대한 제안 요청	상시	업체 제안 요청
기타사항		- 포털사이트 키워드 상위노출 · 배재대 관련 키워드('대학', '전망 좋은 학과', '취업률 높은 대학' 등) 포털사이트 상위노출	상시	
		- 배재아띠(학생 홍보대사) 소셜미디어 교육 · 오프라인 교육 진행 · 소셜미디어 활용 Tip/숏폼콘텐츠 제작법	2회	
		- 대학 홍보물 디자인 작업 및 결과물 도출 · 온라인 홍보게시물 디자인 작업 및 제작 · 오프라인 홍보게시물 디자인 작업 · 기타 배재대 요청 홍보물 디자인 작업	상시	

- ※ 페이스북, 인스타그램 및 유튜브 등 매체 간 콘텐츠 및 이벤트 단독 진행도 가능
- ※ 유튜브, GDN, DDN 광고의 경우 월별 투입량(금액)에 대해 대학과 사전협의 필수
- ※ 제안 발표 시 타 대학 / 타 기관 유사업무 진행사례 함께 제시할 것
- ※ 온라인 광고홍보의 경우 배너광고 등 일 방향적인 것 외에 소비자의 피드백을 받을 수 있는 인터랙티브한 툴을 같이 제안
- ※ 유튜브/인스타그램/페이스북/블로그 등 대학 운영 채널의 현황 분석 및 2027년 1월말일 기준 목표치(ex>구독자, 조회수) 등을 제시 요망
- ※ 대학 광고 시안 기획 및 관련 제작물 제작, 기타 홍보매체 제안 및 대학에서 요청하는 홍보업무 수행 등
- ※ 기타 사업예산 내 추가 제안 가능 (입시경쟁력 제고를 위한 효과적 수단 제안 가능)

나. 배재대 마스코트를 활용한 매체 제작: 배재대 마스코트 '나섬이'를 학부(과) 모집단위별 디자인물 제작(기존 제작물 수정), 카드뉴스 등 제작

4. 과업 내용

가. 세부 과업내용

- 1) 2027학년도 입학 지원을 상승 및 대학 이미지 제고를 위한 입시홍보 계획 수립
 - 수험생과 학부모에게 배재대학교를 알릴 수 있는 각종 홍보매체 활용과 광고 방안 제시(수시, 정시모집 / 온라인 매체 등)
 - 수험생의 배재대학교 지원을 상승을 위한 홍보 전략 및 매체 운영 계획
 - 광고매체를 통한 배재대학교의 특성화된 이미지를 부각할 수 있는 홍보 전략
 - 기타 대학 홍보를 극대화할 수 있는 홍보 마케팅 강화 방안(최소 비용 최대 효과)
- 2) 광고 대행을 위한 기획, 제작, 집행, 관리, 중간보고 및 결과 보고 진행
- 3) 광고매체 운영을 위한 각종 콘텐츠 제작 및 보완 (광고 포스터, 배너 광고, 각종 홍보 시안 등)
- 4) 기타 사업 범위 효율적인 광고 행을 위해 배재대학교와 지속적인 협의, 보고 진행 등

나. 저작권

- 1) 제작 완성품 및 콘텐츠(사진 파일, 모델 등 저작권 일체)에 대한 모든 판권 소유는 배재대학교로 하며, 배재대학교의 허락 없이 무단복제 사용할 수 없다.(해당 원본 파일 제출)
- 2) 완성품을 활용한 교육 및 홍보 시 제작물의 모델에 대한 초상권은 배재대학교로 한다.
- 3) 용역사업 수행에 있어서 제3자의 권리 대상으로 되어 있는 특허권, 저작권 등을 사용할 때는 용역사업 수행자가 그 권리의 사용에 관한 일체의 책임을 지며, 문제 발생에 따른 모든 책임은 용역사업 수행자에게 있다.

5. 사업 수행 체계

가. 사업 수행자는 계약이 완료되는 즉시 다음 사항이 포함된 업무 추진을 협의한다.

- 1) 사업수행 방향 및 방법
- 2) 사업수행 세부 내용 및 계획(일정)
- 3) 분야별 참여 인력 및 조직편성
- 4) 기타 사업에 필요한 사항 등

나. 착수일로부터 최종 집행 완료 시까지, 추진 업무, 결과, 문제점 및 특이 사항 등에 대한 월별 업무 협의 및 보고서를 작성하되 필요시 수시로 회의를 진행하며, 중간 결과보고서(수시모집 원서 접수 후) 및 최종결과보고서(정시 추가 모집 후)를 작성 제출해야 한다.

다. 사업 수행자는 사업수행 중 참여 인력 등 중요사항 변경에 대해 배재대학교의 사전 승인을 받아야 한다.

6. 사업 수행 관련 사항

가. 일반사항

- 1) 사업 수행자는 용역사업 진행 중 또는 완료 후 본 용역사업에 관한 사항을 외부에 누설하여서는 안 되며 보안 규정을 준수하여야 한다.
- 2) 과업지시서에 명기하지 아니한 사항이라도 배재대학교가 필요하다고 인정되는 부분에 대해서는 배재대학교의 지시에 따라 지체 없이 이를 수행하여야 한다.
- 3) 사업수행 중 배재대학교와 사업수행자간 의견의 차이가 있을 때는 양자 상호 협의를 통하여 해결하여야 하며, 계약 쌍방 간의 의견이 상이할 때는 배재대학교의 해석이 우선한다.

- 4) 사업 수행자는 용역사업 수행 중 불가피하게 변동 사항이 있으면 배재대학교의 사전 승인을 받아야 한다.
- 5) 사업 수행자는 사업성과의 하자로 인하여 배재대학교에 손실을 초래하였을 때는 이에 대한 책임을 지고 손해 배상하여야 하며 관할법원은 배재대학교 소재지로 한다.

나. 특수사항

- 1) 사업 계약 체결 후 배재대학교에서 불가피한 경우 협의를 통해 용역의 세부 구성 요소를 변경할 수 있다.
- 2) 배재대학교의 사업 성과물 검수 시 본 사업의 성과물에 사업 지시서와 상이하거나 이상이 있는 경우 사업 수행자는 다시 사업을 수행해야 한다.
- 3) 일부 사업에서 하청이 필요한 경우 사전에 배재대학교와 협의해야 하며, 제안서상에서도 하청 여부를 명확히 표시하여야 함.
- 4) 모델료 등 본 사업과 관련한 일체 비용은 입찰 금액에 포함한다.

다. 2027학년도 입시 모집 일정(안)

모집 시기	원서접수
수시	2026. 9. 7.(월) ~ 11.(금)
정시	2027. 1. 4.(월) ~ 7.(목)
추가모집	2027. 2. 19.(금) ~ 26.(금)

1. 제안서 작성지침

가. 일반사항

- 1) 제안업체의 제안서는 목차 및 작성방법에 따라 제반 제안요청 사항에 대한 제안내용을 명확하고 간결하게 기술하여야 한다.
- 2) 전체 목차는 제시된 목차를 준수하되 세분화하는 경우 제안업체 의도대로 재구성해도 무방하나 요구된 내용을 반드시 포함시켜야 한다.
- 3) 기재사항이 누락되거나 제안요청 내용에 대해 언급이 없는 항목은 해당사항이 없는 것으로 간주한다.
- 4) 제안요청 내용을 명확히 파악하고 본 사업의 정확한 분석을 통한 업무파악과 추진전략, 사업범위 및 내용들을 명확하게 기술하여야 한다.
- 5) 제안목적 및 범위를 명확하게 기술하고 타 제안업체에 비하여 차별적으로 비교우위에 있는 사항을 기술한다.
- 6) 제안서의 내용에 불확실하거나 추상적인 용어는 인정하지 않으며, 명확한 용어를 사용하여 표현하여야 한다. '~를 제공할 수 있다', '~이 가능하다', '~을 고려하고 있다' 등과 같은 모호한 제안은 제안서 평가 시 불가능한 것으로 간주한다.
- 7) 본 제안과 관련된 일체의 소요비용은 제안업체가 부담한다.
- 8) 제출된 제안서는 일절 반환하지 않는다.
- 9) 제안업체는 제안서 접수 이후에는 제안서를 수정하거나 철회할 수 없으며, 제안서(특히 가격제안서)를 작성하는 과정에서 제안사의 과실이나 실수가 있더라도 제안서 접수 이후에는 이를 철회할 수 없다.

나. 작성기준 및 지침

- 1) 제안서는 PPT 파일로 작성, A4 가로방향, 상철, 분량은 단면 30페이지 이내-8부 제출
- 보관용(업체명 표기)-1부, 평가용(업체명 및 대표자 성명 기입 삭제)-7부
- 2) 제안요약서 가로방향 A4 가로방향, 분량은 단면 6페이지 이내(표지 포함)-8부 제출
- 보관용(업체명 표기)-1부, 평가용(업체명 및 대표자 성명 기입 삭제)-7부
- 3) 제안서의 내용은 PT시 20분 이내 진행하되 10~15분은 발표, 질의응답 5~10분 이내로 진행됨을 감안하여 작성하여야 한다. PT 시 업체별 입장 인원은 2명으로 제한한다.
- 3) 제안서에는 제안요청서에서 요구하는 모든 사항에 대한 해결방안이 제시되어야 한다.
- 4) 제출된 제안서의 내용은 배재대학교가 요청하지 않는 한 변경할 수 없으며, 계약체결 시 계약조건에 일부로 간주한다.

다. 제안서 내용 가이드

- 1) 대학의 공적 책무 강화, 가치 확산 및 대학 위상 제고를 위한 광고·홍보 전략
 - 2026학년도 상반기 타 대학 입시 결과 분석에 기반 한 홍보 전략
 - 2026학년도 하반기 입시 광고·홍보 전략 제안
 - 2027학년도 대학 입시지원 및 입시경쟁력 강화 전략
 - 배재대학교의 인지도 상승 및 브랜드 네임 전파 전략 제안
 - 대학 브랜드 관리 전략
 - 타 대학과 차별화된 광고 전략과 콘셉트 제시
- 2) 이미지 및 영상 시안 제작 능력

- 광고 콘셉트를 반영한 광고시안을 4개 제시
- 온라인(네이버 타임보드 신메인 이미지형 1500x270px, 네이버 모바일 뉴메인 스페셜DA 750x1160px, 인스타그램 Photo Ads 1440x2560px, 배재대 마스코트 '나섬이'를 활용한 카드 뉴스 인스타그램 Photo Ads 1440x2560px 시안
- 광고 카피 작성 및 그래픽, 이미지 활용, 기타 옥외 및 모바일 등 혁신적 광고매체별 시안 구성

2. 제안서 목차 및 작성 내용

목 차	작성 내용
I. 제안개요	<ul style="list-style-type: none"> • 제안서는 배재대학교에서 추진하는 홍보 사업의 제안요청서 내용을 명확하게 이해하고 제안의 목적과 범위, 제안의 특징 및 장점 요약·기술
II. 제안업체 일반 1. 일반 현황 2. 재무구조 및 경영상태 3. 주요 사업 내용 및 실적 4. 조직 및 인원 / 전문성 제시	<ul style="list-style-type: none"> • 제안사의 일반현황, 주요 연혁 등을 제시 • 제안사의 최근 2년간 자본금 및 부문별 매출액 제시 • 제안사의 최근 3년간 주요 사업내용 및 사업실적 제시 • 과거 주요 온라인(키워드 검색, 배너, 이메일 등) 광고 시안 및 오프라인 광고 시안 • 제안사의 조직 및 인원현황 제시(운영 인력 (PM 및 실무자) 경력사항) • 제안사의 수행업무관련 전문성 제시
III. 기술부문 1. 대학 브랜드 인지도 개선을 위한 홍보 전략 2. 홍보 매체 운영 계획 3. 광고 트렌드 조사·분석 및 데이터에 기반한 통합 마케팅 플랜 제시 능력 4. 광고 집행 결과 분석 및 효과적·효율적인 매체 관리 능력 5. 기타 대학 홍보 강화 방안	<ul style="list-style-type: none"> • 대학 브랜드 인지도 개선을 위한 배재대학교 홍보 콘셉트와 전략 제시 <ul style="list-style-type: none"> - 최근 대학 홍보 전략, 입시정보, 수험생 트렌드 분석 - 학령인구 감소 및 수시·정시 수요 분석 - 현재 운영되고 있는 배재대학교의 홍보 현황 분석 및 개선방안 제시(특징, 장점, 한계 등) - 배재대학교 이미지 제고를 위한 홍보매체 활용 방안 제시 - 차별화된 대학 홍보 포스터 제작안 제시(2종) • 배재대학교 우수 신입생 유치 및 지원을 위한 홍보 전략 제시 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 광고 운영 계획 - 뉴미디어 마케팅, 온라인 광고(유튜브(동영상), 인스타그램, 카카오톡, 배너 광고 등) 기타 모바일 광고 등 - 수시, 정시모집 등 시기별 구분하여 매체 운영안 제시 - 매체별 광고 시안 제시 - 홍보 포스터, 캐릭터 마스코트, 굿즈, 온라인 배너 등 • 예비 지원자 타깃별 차별화된 마케팅광고 캠페인 전략과 매체 믹스 제안 • 세계적 트렌드 반영한 혁신적 광고 전략과 매체 제안: 모바일 및 SNS 고려 • SNS운영 방향 제안 및 구체적인 콘텐츠 예시 • 광고 관리 방안 • 광고 결과 분석 및 공유방안 • 담당자 커뮤니케이션 방안 • 기타 전략적 포지셔닝을 위한 온라인 홍보 방안 제시 • 대학 관련 부정 이슈 발생 시 실시간 모니터링팀 구성 및 운영 방안 제시 • 배재대학교 학생홍보대사 운영 관리 및 지원 방안 제시 • 배재대학교 입학 전형 강화를 위한 방안 및 프로그램 솔루션 제시 • 배재대학교 내부 커뮤니티 활성화를 위한 홍보 방안 - 재학생, 교수, 직원, 동문 등 • 기타 배재대학교 홍보 방안 등 홍보 강화를 위한 발전적 제언 제시
IV. 사업관리 부문 1. 사업 수행 계획 및 일정 2. 사업 보고 및 검토 계획 3. 상호협력 및 기타 지원사항	<ul style="list-style-type: none"> • 각종 사업 진행을 위한 세부 추진 일정을 상세히 제시 • 부정 이슈 발생 시 대응 방안: 모니터링 및 대응팀 구성 • 사업기간 동안 이루어질 각종 보고 및 검토 계획을 상세히 제시 • 담당 AE 선정 및 정기 회의 개최, 업무 협의 등 • 우수하고 차별화된 광고물 제작 등의 보증 계획 제시 • 원활한 운영을 위해 기술이전계획을 분야별로 상세히 제시 • 본 추진사업과 관련 지원 가능한 사항에 대한 내용을 기술 • 기타 추가제안 내용 등 위 항목에서 제시되지 않은 사항 외 고교생 및 학부모를 대상으로 할 수 있는 효과적인 광고매체 및 방법 제시 ※ 추가적인 온·오프라인 광고 제안 시 가점 부여

3. 홍보(광고) 내용 및 사업일정(안)

항 목	내 용	기간	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	2027 1월
SNS 홍보	유튜브, 인스타그램, 페이스북 등 콘텐츠 제작 및 광고	9개월									
포털사 이트	포털 사이트 배너/브랜드 검색/동영상 광고	4개월									
리타겟 마케팅	구글 GDN 등	5개월									
모바일 배너	포털 사이트 모바일 배너광고	7개월									
방송(라 디오) 광고	CM광고	7개월									
옥외 광고 등 (우대사 항)	외부 사인물 광고	4개월									

※ 본 내용은 에시이므로 홍보 전략에 따른 효과적인 매체와 시기를 추가 및 수정 제안 가능

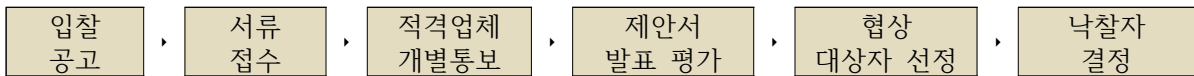
Ⅲ. 입찰 및 계약에 관한 사항

1. 기본방침

- 가. 객관적이고 공정한 기준과 절차를 적용하여 우수사업자 선정
- 나. 소정기한 내 유효한 제안서를 제출한 업체를 대상으로 관련 법령에 근거하여 사업자 선정

2. 사업자 선정절차

- 가. 제안서에 대한 평가는 우리 대학의 별도 평가계획에 의하여 공정한 절차를 적용하여 공개경쟁에 의하여 우수 업체 선정



- 나. 입찰방식: 제한 경쟁입찰에 의한 계약 체결
- 다. 낙찰자 선정방식: 협상에 의한 계약
- 라. 평가방법: 제안서 서면, 발표평가 기준표에 의거하여 대상자 선정
 - 주관부서에서 지원자격을 충족한 업체에 대해 서면평가하고 평가위원회에서 발표 평가 실시
 - 평가 결과에 대하여 업체는 이의를 제기할 수 없으며, 평가결과는 공개하지 않음.
 - 입찰 참가 자격에 결격사항이 있는 업체는 심사 없이 탈락 처리함.
 - 평가기준: 「국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행령」 제43조 및 제43조의2, 「기획재정부 계약 예규」 협상에 의한 계약체결기준을 준용함

3. 입찰 참가 자격

- 가. 사학기관 재무회계규칙 제35조 및 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행령 제12조 및 동법 시행규칙 제14조에 의한 자격요건을 갖추고, 동법시행규칙 제76조의 규정에 의한 부정당업자로 등록되거나 제재받은 사실이 없는 업체.(공동 수급 불가)
- 나. 본 대학의 제안요청서에 따라 사업을 진행할 수 있으며, 우리 대학의 선정 방식과 평가 방식에 이의가 없음을 확약한 업체(확약서 제출).
- 다. 본교의 경쟁대학(대전에 본교·분교·캠퍼스를 둔 대학)과 현재 계약 중에 있지 아니한 업체
 - 경쟁대학(대전에 본교·분교·캠퍼스를 둔 대학)과 현재 계약 중에 있지 아니하다는 확약서 제출
- 라. 입찰공고일 현재 광고대행업 신고를 필한 업체.
- 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. 입찰공고일 현재 청산·합병·매각 등 정리절차 중이거나 계획 중인 사업자와 부도·화의·워크아웃(대상 또는 진행 중인 업체) 또는 회생절차(신청 중 포함) 중인 사업자는 참가할 수 없음
- 자. 국세, 지방세 완납한 업체로 非법인 업체는 참여 불가
- 차. **서류제출 마감일까지** 실적증명서 1부, 제안서 및 제안요약서 각 8부(USB 1매 별도) 등
 - 단, 대학에서 요구하는 입찰의 모든 서류를 직접 제출(우편 및 팩스 제출 불가) 하여야 하며, 미제출 시 입찰에 참가할 수 없음.
- ※ 1) 내용설명 및 제안서 제출 시 대리참석자는 대표이사의 위임장 및 사용인감 지참.
- 2) 국가를 당사자로 하는 계약에 관한법률 시행령 제76조 1항의 8호, 입찰에 관한 서류를 부정하게

행사한 자 또는 고의로 무효의 입찰을 한 자에 해당한다고 판단될 경우에는 관계규정에 따라 부정당업자로 제재를 할 수 있습니다.

4. 입찰 참가 신청

가. 제안서 제출

1) 접수처: 배재대학교 소통·협력본부 홍보팀 (21세기관 P226호)

※ 문의: 입찰진행 및 서류관련, 사업제안내용관련-홍보팀(042-520-5585)

2) 접수방법: 업체 대표자의 인감이 날인된 공식문서로 제출서류와 함께 직접 제출(우편 및 팩스 불가)

3) 제출 서류

번호	서류명	수량	비고
1	입찰참가신청서 (소정약식)	1부	
2	제출서류 목록 및 확인서		
3	사업자등록증사본	1부	
4	인감증명서 (해당자에 한함)	1부	
5	사용인감계 및 위임장, 재직증명서	각 1부	
6	법인등기부등본 (해당자에 한함)	1부	
7	입찰이행보증보험증권 / 1개월 / 5% (사업자번호: 314-82-00109)	1부	
8	가격제안서 및 세부내역서 (제안요청서 서식참조, 밀봉 날인하여 제출)	각 1부	
9	용역실적총괄표 및 실적증명서 원본 또는 계약서 사본 (입찰 공고일 기준 최근3년 용역실적)	각 1부	
10	재무제표(2025년도 결산내역: 국세청 발급 표준재무제표 증명서 첨부)	1부	
11	신용등급 평가 확인서(입찰일 기준 1년 이내 발급분)	1부	
12	국세 및 지방세완납증명서	1부	
13	확약서(계약기간동안 대전 인근대학과 계약하지 아니한다는 확약서)	1부	
14	제안업체일반현황 및 투입인력현황	각 1부	
15	청렴이행각서, 개인정보 수집 이용 동의서	각 1부	
16	제안서 및 제안요약서 출력본 8부 (A4 가로방향, 상철, 제안요청서 USB 1부 별도) - 보관용(업체명 표기)-각 1부, 평가용(업체명 및 대표자 성명 기입 삭제)-각 7부	각 8부	

공통사항

※ 관련 서류 사본 제출 시 반드시 원본 대조필 하고 인감으로 날인

※ 제출방법: 직접 제출(우편접수 불가)

※ 입찰관련 세부내역서는 본 대학 홈페이지에 공고된 내역을 참조하시고, 제출된 서류는 일체 반환하지 않습니다.

5. 제안 관련 기타 사항

- 가. 입찰 참가자는 입찰 공고, 계약조건 등 제안요청서에 표기된 입찰에 필요한 사항을 숙지한 후 입찰에 참여하시기를 바라며, 이를 숙지하지 못한 책임은 입찰에 응한 자에게 있음.
- 나. 제안서에 제시된 내용 및 대학의 요구로 수정, 보완, 변경된 제안 내용은 계약서에 명시되지 않더라도 계약서와 동일한 효력을 가짐.
- 다. 입찰 등록 서류의 내용이 허위이거나, 본 공고 및 붙임파일에 반하는 사항이 있을 시 사업자 선정 후에라도 무효 처리됨.
- 라. 제출한 제안서는 사업자 선정 여부와 관계없이 반환하지 않으며, 제안 내용의 평가 및 사업 수행자 선정에 관한 세부 사항은 공개하지 않음.
- 마. 제안서 작성 및 제출과 관련된 모두 비용은 입찰 참가자가 부담하며, 사업 수행에 따른 산출물의 소유권은 대학에 있음.
- 바. 제안서 평가 결과의 내용과 협상력과는 공개하지 않음.
- 사. 제안 업체는 본 사업에 참여함으로써 획득한 본 대학에 대한 정보를 제삼자에게 누설해서 안 되며, 보안사항을 철저히 준수하여야 함.
- 아. 본 제안요청서 및 관련 자료는 전체 또는 일부가 제안서 작성 이외의 다른 목적으로 사용되어서는 아니 됨.

6. 추진 일정(안)

구분	일시	비고
입찰공고	2026. 4. 1.(수)	나라장터 및 본교 입찰정보
용역설명회	별도 현장 설명회는 없음	
제안서 제출/접수마감	2026. 4.14.(화) 15:00까지	소통·협력본부 홍보팀 (21세기관 P226호)
제안서 발표 및 평가 (PT/시안)	지원자격 충족 업체 개별통보	15~20분 내외/발표자 포함 2인만 입장 가능 (발표장소 추후 통보)
우선 협상대상업체 선정 및 통보	대상업체 최종선정 및 협상	개별통보
용역기간	계약 체결일로부터 2027. 1. 31.	

※ 본 일정은 사정상 일부 변경될 수 있음

IV. 사업자 선정 방법

1. 사업자 선정

가. 평가 개요: 제안서 서면, 발표평가 기준표에 의거하여 대상자 선정

- 제안서 평가방법에 따라 제안설명회 심사 후 우선 협상대상자 선정

나. 사업자 선정 절차 및 방법

1) 제안서 평가

- 제안자가 제출한 서류와 제안 설명회를 통해 기술능력평가와 제안가격평가에 대한 종합평가로 실시.
- 단, 기술능력평가 85% 이상인 자를 협상 적격자로 선정함.

2) 기술 평가 방식

- 제안내용의 심사는 객관성 및 공정성을 위하여 평가위원회를 구성하여 평가.

3) 가격 평가 방식

- 가격평가점수 = 입찰가격평가배점한도 × (최저 입찰가격/당사입찰가격)

4) 우선 협상대상자 선정 및 결정

- 종합평가점수(기술점수+가격점수)의 고득점 순으로 협상대상자 후보를 선정하며 그 후보 중 가장 높은 자를 우선 협상대상자로 선정.
- 단, 종합평가 점수가 동일한 경우에는 기술평가의 고득점 순으로, 기술평가점수가 동일할 경우에는 가격점수가 높은 순으로 함.

5) 낙찰자 선정

- 우선 협상대상자부터 기술 및 가격에 대해 협상을 실시.
- 협상이 결렬되면 동일한 기준과 절차에 의해 차 순위 협상대상자와 협상을 실시.

- 6) 기타: 평가위원 명단은 공개하지 않으며 제안업체는 평가결과에 대하여 이의를 제기할 수 없음.

2. 입찰무효

가. 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률시행령 제39조(입찰서의 제출·접수 및 입찰의 무효)에 의한 무효 사유가 있는 업체

나. 입찰공고 입찰참가자격 기준에 충족하지 않는 업체

다. 사업 안내서에 요청한 내용과 업체에서 제출한 구비서류가 부합되지 않는 경우

라. 제안 내용의 전부 또는 일부에 대하여 담합한 사실이 발견되거나 담합하였다고 판단되는 업체

마. 계약 체결 이후에도 자격미달사항이 있거나 증빙자료가 허위일 경우 계약 무효로 함

[붙임 1]

평가항목 및 배점 기준

평가항목	심사내용	평 가 요 소	배점		
기술능력 평가 (80점)	정량적 평가 (15점)	경영상태	○ 신용평가에 의한 경영상태	5	
		수행실적	○ 최근 3년간 대학교 및 관공서, 기업의 온·오프라인 광고 용역 동일사업 실적 ※ 단일건 기준 7천만원 이상 계약 건 ※ 실적증명서 첨부된 자료만 인정	6건 이상 (5점)	6
				6건 미만 (건별 1점)	
		인력구성	○ 광고업무 경력 참여인력 경력 및 전문성 ※ 참가자가 제출한 입찰서식 중 '투입인력계획서'를 통하여 전체 참여 인력의 점수를 합산하여 평가 - 경력별 평가점수 * 10년 이상: 5점 * 10년 미만: 3점 * 5년 미만: 2점 * 2년 미만: 1점 ※ 재직증명서 등 첨부된 자료만 인정	15점 이상	4
				12점이상 ~ 15점 미만	3
				9점이상 ~ 12점 미만	2
	6점이상 ~ 9점 미만			1	
	정성적 평가 (65점)	광고홍보전략 (10점)	○ 제안 요청내용 및 대학환경에 대한 업무 이해도	평가(1~3점)	3
			○ 제안서 작성 충실도 및 효과적인 광고홍보전략 및 목표 수립 제안의 적극성	평가(1~7점)	7
		실행(안) 평가 (20점)	○ 메인 광고 디자인 시안, 콘텐츠 디자인 콘셉트, 레이아웃, 비주얼 등의 참신성	평가(1~7점)	7
			○ SNS, 유튜브 등 이벤트 효과성	평가(1~7점)	7
			○ 대학 홍보영상 제작 기획력	평가(1~6점)	6
		효율적인 과업홍보전략 (20점)	○ 광고매체의 상황분석, 목표, 전략설정 등 기획에 적절성	평가(1~7점)	7
			○ 홍보 전략 및 미디어믹스 방법의 적절성, 전문성, 창의성	평가(1~6점)	6
			○ 광고타킷에 대한 정확성 및 효과성	평가(1~7점)	7
입시경쟁력 강화 및 기타 (15점)		○ 학생모집에 대한 효과성 및 사업수행 방법의 실행 가능성	평가(1~10점)	10	
	○ 제안요청서 외 추가광고매체 제안 여부	평가(1~5점)	5		
소 계			80		
입찰가격 평가	제안가격 (20점)	○ 입찰가격 평점산식 적용	20		
합 계			100		

※ 입찰가격평가(20점)는 “협상에 의한 계약체결기준”에 따라 평가

※ 단, 평가항목 및 배점은 본교 내부 사정에 따라 일부 변경될 수 있음.

■ 신용평가에 의한 경영상태 평가 기준

회사채에 대한 신용등급평가	기업어음에 대한 신용등급평가	기업신용평가등급	점수
AAA	-	AAA (회사채에 대한 신용평가등급 AAA에 준하는 등급)	5.0
AA+, AA0, AA-	A1	AA+, AA0, AA- (회사채에 대한 신용평가등급 AA+, AA0, AA-에 준하는 등급)	
A+	A2+	A+ (회사채에 대한 신용평가등급 A+에 준하는 등급)	
A0	A20	A0 (회사채에 대한 신용평가등급 A0에 준하는 등급)	
A-	A2-	A- (회사채에 대한 신용평가등급 A-에 준하는 등급)	
BBB+	A3+	BBB+ (회사채에 대한 신용평가등급 BBB+에 준하는 등급)	4.5
BBB0	A30	BBB0 (회사채에 대한 신용평가등급 BBB0에 준하는 등급)	4.3
BBB-	A3-	BBB- (회사채에 대한 신용평가등급 BBB-에 준하는 등급)	4.0
BB+, BB0	B+	BB+, BB0 (회사채에 대한 신용평가등급 BB+, BB0에 준하는 등급)	3.5
BB-	B0	BB- (회사채에 대한 신용평가등급 BB-에 준하는 등급)	3.0
B+, B0, B-	B-	B+, B0, B- (회사채에 대한 신용평가등급 B+, B0, B-에 준하는 등급)	2.5
CCC+ 이하	C 이하	CCC+ (회사채에 대한 신용평가등급 CCC+ 에 준하는 등급)	2.0