

# 제 안 요 청 서

(2026학년도 세종사이버대학교  
온·오프라인 광고대행사 선정의 건)



2026. 03.



**세종사이버대학교**

# - 목 차 -

## I. 과업개요

1. 과업명
2. 계약기간

## II. 과업내용

1. 광고 목표
2. 광고 추진 방향
3. 과업 범위
4. 대행수행지침

## III. 제안서 작성 및 제출

1. 제안서 목차
2. 제안서의 효력
3. 유의사항
4. 제안서 가이드
5. 제안서 작성 요령

## IV. 서식

1. 서류심사기준
2. 제안심사기준

## I. 과업개요

1. 과업명 : 2026학년도 세종사이버대학교 온·오프라인 종합광고 대행
2. 계약기간 : 계약 체결일로부터 최대 2년(1+1 계약)

## II. 과업내용

### 1. 광고 목표

- 1) 우수한 지원자 및 신/편입생 확보
- 2) 대학 인지도 향상
- 3) 차별화된 브랜드 이미지 강화 및 정착
- 4) 사이버대학교 주요 타겟의 효과적 공략

### 2. 광고 추진방향

- 1) 지원자 극대화를 위한 전략 수립
- 2) 비용 대비 효과 극대화를 위해 타겟 지원자에게 정확히 도달할 수 있는 매체 선정
- 3) 입시 일정에 따라 지원자가 극대화될 수 있는 시기에 광고 집중
- 4) 타 대학(사이버대학 포함) 광고 활동 분석을 통한 경쟁력 있는 광고 캠페인 추진
- 5) 잠재지원자 확보 및 대학 인지도 향상을 위한 상시 홍보 강화
- 6) 광고 홍보 환경 변화에 따른 조속하고 효과적인 대응

### 3. 과업범위

- 1) 입시 지원을 상승을 위한 마케팅 전략 수립
- 2) 다양한 이벤트 등 신규 학생 확보 및 전환 극대화를 위한 마케팅 전략 제안
- 3) 타겟에 맞는 매체 선정하여 학교, 대학원, 학과 홍보
- 4) 검색광고 및 SNS, 바이럴마케팅, 지식인, 영상 제작, 유튜브 채널 운영 등 관리
- 5) 학교 및 학과, 대학원에 맞는 광고 시안 제작 및 운영
- 6) 광고효과 및 GA 측정, 분석

### 4. 과업수행지침

- 원활한 사업 추진을 위해 본교가 관련 자료 등을 요청하는 경우 이에 신속히 응해야 하며, 매체 운영 및 광고 내용에 있어서 갱신 또는 변경사항이 발생할 경우 변경사항을 적용하기 이전에 사전에 본교에 보고해야 함.
- 광고주의 광고 일정에 차질이 없도록 매체 운용 및 광고물 제작에 임해야 하며, 개발한 모든 결과물은 국내·외를 막론하고 저작권, 특허권, 의장등록권, 실용신안권, 상표권 또는 이와 유사한 타인의 권리를 침해하지 않는 순수한 창작품으로 제작해야 함(제3자의 권리의 대상으로 되어 있는 특허권 등을 사용 시 모든 책임은 제안사에게 있음). 또한 본교는 필요 시 결과물의 내용을 일부 보완 및 수정할 수

있음.

- 본 계약에 의해 수행된 결과물에 대한 저작권 일체는 대학이 소유하며, 대행사는 본교의 동의 없이 이를 유출 또는 활용해서는 안 되며, 광고와 관련된 모든 정보를 제3자에게 유출하여서는 안 됨.

### III. 제안서 작성 및 제출

#### 1. 제안서 목차

구분	주요 구성 내용
I. 제안 개요	<ul style="list-style-type: none"><li>○ 제안 배경 및 목적</li><li>○ 제안의 특징 및 성공 전략</li></ul>
II. 제안업체 현황	<ul style="list-style-type: none"><li>○ 조직 및 인원, <b>투입인력 기재</b></li><li>○ 주요 사업실적</li></ul>
III. 광고전략	<ul style="list-style-type: none"><li>○ 본교의 강점, 약점, 기회, 위협요인에 대한 분석</li><li>○ 광고 환경분석</li><li>○ 학교 홍보/브랜드 Key message</li><li>○ 타겟별 차별화된 마케팅 전략<ul style="list-style-type: none"><li>- 연령별, 성별, 지역별 차별화된 광고 전략</li><li>- 학교(신·편입)/학과/대학원별 광고 전략</li></ul></li><li>○ 입시 지원을 제고를 위한 마케팅 전략</li><li>○ 매체별 전략(배너, 검색, 옥외, SNS, 바이럴, 유튜브 등)</li></ul>
IV. 광고시안	<ul style="list-style-type: none"><li>○ 2026학년도(가을학기) 입시 Key message 및 광고시안 제시</li><li>○ 2027학년도(봄학기) 입시 Key message 및 광고시안 제시</li></ul>
V. 광고집행 관리방안	<ul style="list-style-type: none"><li>○ 다양한 매체 활용 방안</li><li>○ 예산 집행 방안</li><li>○ 광고 관리 방안</li><li>○ 광고집행에 따른 지원자 분석</li><li>○ 광고 결과 분석 방안</li><li>○ GA분석 방안</li></ul>
VI. 기타	<ul style="list-style-type: none"><li>○ 기타 제안 사항 등</li></ul>

※ 개인정보보호법 관련된 사항은 기재 금지(생년월일, 휴대전화번호등 기재금지)

#### 2. 제안서의 효력

- 1) 제출된 제안서의 내용은 본교가 요청하지 않는 한 변경할 수 없으며, 계약 체결 시 계약조건의 일부로 간주함.
- 2) 본교는 제안평가의 전일까지 서류심사 합격 업체에 한하여 추가 제안이나 추가 자료를 요청할 수 있으며, 이에 따라 제출된 자료는 제안서와 동일한 효력을 가짐.

### 3. 유의사항

- 1) 입찰에 참가하고자 하는 자는 제안요청서 및 입찰에 관한 사항을 숙지하고 입찰에 참가하여야 하며, 숙지하지 못하여 발생하는 책임은 입찰참가자에게 있음.
- 2) 제출된 서류는 일체 반환하지 않으며, 제안서 평가 및 협상 결과 세부내용은 공개하지 않음.
- 3) 입찰 일정 및 장소는 본교 사정에 따라 변경될 수 있음.

### 4. 제안서 가이드

1) 예산 : 1,300,000,000원(vat포함)

#### 2) 광고 전략

- 브랜딩 광고 전략
- 입시 지원을 제고를 위한 마케팅 전략(브랜드 캠페인 Key message 발굴)
- 연간 콘텐츠 마케팅 전략
- 타겟별 광고 전략 (학교, 학과, 대학원 등)
- 배너광고 및 검색광고, SNS, 바이럴, PR, 영상 제작, 유튜브 등 관리방안 제안
- 데이터 기반의 다양한 이벤트 프로모션과 외부 채널 홍보를 통한 잠재지원자 확보 및 전환 극대화를 위한 마케팅 전략
- 퍼포먼스 극대화를 위한 목표 제시 및 구체적 실행 방안
- 월별 토픽 제안(Contents calendar)
- 채널별 콘텐츠 확산 방안

#### 3) 광고 시안

- 브랜딩 강화 확대를 위한 브랜드 콘셉트 제안
- 2026학년도 가을학기 및 2027학년도 봄학기 입시 온·오프라인 광고 시안
- 학교, 대학원, 학과 타겟별 미디어 활용을 통한 크리에이티브 제시

#### 4) 광고 집행 및 관리 방안

- 사전 기획, 실행 준비 및 진행 상황에 대한 경과보고 및 단계별 과정 평가 방안
- 다양한 광고 매체 활용 방안
- 미디어 믹스
- 광고 집행에 따른 지원자 분석 방안
- 광고 결과 분석 방안
- 광고효과 분석 통한 개선안 제시 방안
- GA 분석 방안

5) 주요 실적

- 가장 효과가 높았던 광고 컨셉 및 시안
- 과거 주요 광고 실적 (최근 2년, 2024년도~ 2025년도)
- **핵심실적 실적증명원 제안서에 첨부**

**5. 제안서 작성 요령**

- 1) 제안서 세부지침 및 평가 항목은 붙임 문서 참조
- 2) 제안서는 A4용지(가로쓰기)를 사용하여 작성한다.
- 3) 제안서 중 2도 이상 사용된 페이지는 반드시 컬러 인쇄를 하여야 한다.
- 4) 제출 부수
  - 제안서 9부(100장 이하)
  - 제안평가회용 USB 1개(ppt, 이미지 시안 및 영상 시안 포함)
- 5) 제출된 제안서는 반환하지 않으며, 또한 본 제안 준비와 관련된 일체의 소요 비용은 제안사의 부담으로 한다.
- 6) 제안서의 내용을 객관적으로 입증할 수 있는 관련 자료를 포함하여 제출한다.
- 7) 내용은 명확한 용어를 사용하여 표현하며 “~를 제공할 수도 있다.”, “~이 가능하다”, “~을 고려하고 있다” 등과 같은 모호한 표현은 제안서 평가 시 불가능한 것으로 평가한다.
- 8) 모든 제안 서류의 작성은 한글 표기를 원칙으로 하며, 부득이 전문 용어를 사용하는 경우 한글로 용어를 해설한다.
- 9) 제출된 자료의 기재 내용이 허위사실로 인정될 경우 평가대상에서 제외되며, 계약 후에도 제안서의 내용이 허위로 작성한 사실이 발견되거나 제안된 내용을 충족시키지 못할 경우 제안사는 계약파기는 물론 일체의 손해배상 책임을 진다.
- 10) 제안 참여 업체는 제안과정에서 취득한 정보와 계약의 이행 과정에서 취득한 각종 정보를 본교의 사전 승인 없이 제3자에게 누설해서는 아니 된다.

**IV. 관련 서식 (붙임)**

○[별표 제1호] : 서류평가 기준

○[별표 제2호] : 제안평가 기준

**※ 문의처 ※**

- |                   |       |     |              |
|-------------------|-------|-----|--------------|
| 1) 과업관련문의 : 입학처   | 입학홍보팀 | 박성환 | 02-2204-8098 |
| 2) 입찰관련문의 : 행정지원처 | 총무팀   | 이남진 | 02-2204-8037 |

## 서류평가기준

평가항목		기 준	배 점
제 출 서 류 내 용	회사소개서	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 재무현황 및 조직형태</li> <li>- 주요사업 실적, 안정성</li> </ul>	25
	사업수행 능력	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고수행능력</li> <li>- 종합적인 커뮤니케이션 활용능력</li> <li>- 입시 지원을 제고를 위한 마케팅 전략 수립 능력</li> </ul>	30
	운영 관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인력의 우수성 및 인원의 적절성</li> <li>- 사전 기획, 실행 준비 및 진행 상황에 대한 경과 보고 및 단계별 과정 평가 방법 제안</li> </ul>	25
	사업수행 경험	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 진행 프로젝트 및 동종업계 광고 경험 여부</li> <li>- 문서 및 서류 정리 능력</li> </ul>	20
합 계			100

## 제 안 평 가 기 준

평가항목		기 준	배 점
제 안 서 내 용	환경분석 및 사업수행 능력	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 본교에 대한 이해도</li> <li>- 본교의 강점, 약점, 기회, 위협요인에 대한 분석</li> <li>- 광고목표 및 예산 설정의 합리성</li> <li>- 광고효과 측정 및 분석 계획</li> <li>- 체계적, 효율적인 업무 추진 능력</li> <li>- 광고주 의견 수렴 능력</li> <li>- GA 분석 능력</li> </ul>	20
	크리에이티브 능력	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 캠페인으로서의 연속성</li> <li>- 브랜드 캠페인 Key message 발굴 능력</li> <li>- 크리에이티브 전략의 타당성</li> <li>- 디자인의 독창성 및 주목성</li> <li>- 타 대학과의 경쟁력 및 차별성</li> </ul>	30
	마케팅 실행 능력	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 연간 콘텐츠 마케팅 전략</li> <li>- 데이터 기반의 다양한 이벤트 프로모션과 외부 채널 홍보를 통한 신·편입생 확보 및 전환 극대화를 위한 마케팅 전략</li> <li>- 지속적인 홍보를 위한 채널 발굴</li> <li>- 퍼포먼스 극대화를 위한 구체적 실행 방안</li> <li>- 채널별 콘텐츠 확산 방안</li> <li>- 광고 집행 시기 설정의 타당성</li> </ul>	30
	운영 관리 및 활동 평가	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 사전 기획, 실행 준비 및 진행 상황에 대한 경과보고 및 단계별 과정 평가 방안</li> <li>- 콘텐츠 마케팅 효과 측정 / 보고</li> <li>- 과업 범위 리포팅 프로세스 제안</li> </ul>	20
<b>합 계</b>			<b>100</b>