

제안요청서

부천대학교 2026학년도 통합 홍보(SNS, 입시 광고) 사업자 선정



부천대학교

작성일 2026. 04.

담당부서 입학홍보처



목 차



I. 사업개요	
1. 사업명	3
2. 사업기간	3
3. 사업예산	3
4. 사업목적	3
5. 사업 주요사항	3
6. 2025학년도 통합홍보 주요 성과	3
7. 계약·입찰방법	3
II. 세부 사업 내용	
1. 전략기획 및 컨설팅 영역	4
2. SNS 운영 관리	4~5
3. 홍보서포터즈 with.B 운영 및 관리 지원	5
4. 입시 홍보 실행 영역	5
5. 성과 분석 및 보고	6
III. 제안서 작성 및 유의사항	
1. 제안서 제출 서류	7
2. 제안서 작성 방법	7~8
3. 제안서 목차 및 작성 내용	9
IV. 제안서 평가 및 협상 기준	
1. 입찰 서류 및 제안서 제출 안내	10
2. 입찰 방법	10
3. 2차 제안 평가회	10
V. 저작권 및 과업 수행 지침	
1. 저작권 및 과업 수행 지침	11
2. 양식 1 ~ 5	12~16

1. 사업명 : 부천대학교 2026학년도 통합 홍보(SNS, 입시 광고) 사업자 선정

2. 사업기간: 계약체결일로부터 2027. 2. 28.까지

3. 사업예산: 180,000,000원(부가세 포함)

가. 등록금회계 : 65,000,000원

나. 비등록금회계(입시) : 115,000,000원

*사업 범위 내 예산 항목 간 조정은 발주처 승인하에 가능

4. 사업목적

가. 대학의 긍정적인 이미지를 공식 SNS를 통해 알려 온라인 홍보 활성화 및 이미지 제고

나. 차별화된 이미지 구축과 독창적인 콘텐츠 개발을 통한 대학 브랜드 가치 증진

다. 학령인구 감소·대학 간 경쟁 심화에 대응하여 대학 브랜드 경쟁력 강화 및 입시 모집 극대화

라. 2025학년도 통합홍보 성과를 기반으로, 고도화된 데이터 기반 타깃 맞춤형 홍보를 추진, 입시 전환율 제고

마. 학과·계열별 특성 및 진로 연계 중심의 차별화된 경쟁력 홍보 강화

5. 사업 기타사항

가. 본사업자는 'SNS·입시광고' 부문 선정 업체와 '부천대학교 통합 톤앤매너(Tone & Manner) 가이드라인' 수립을 위한 공동 워크숍에 참여해야 함

나. 영상 부문에서 제작된 고품질 소스를 SNS 광고 매체에 최적화하여 재가공(OSMU)하는 등 업체 간 리소스 공유 및 협업에 적극 임해야 함

다. 대학의 핵심 가치(나의 선택, 혁신, 실현)를 바탕으로 채널별(수험생/학부모/성인학습자 등) 차별화된 보이스앤톤(Voice&Tone) 전략을 제안서에 명시해야 함

6. 2025학년도 통합홍보 주요 성과

가. 수시 1차: 목표 1,000명 대비 5,338명 달성 (533.8%)

나. 수시 2차: 목표 500명 대비 1,137명 달성 (227.4%)

다. 전체 지원자 25,295명 중 광고 매체를 통한 전환 지원자 26% (GA4 측정)

라. 주요 경쟁 전문대 7개 중 지원율 10.9:1로 2위 기록

마. YouTube 구독자 5,330명, Instagram 팔로워 10,000명 달성

7. 계약·입찰방법: 협상에 의한 계약(제한경쟁입찰)

1. 전략기획 및 컨설팅 영역

가. 2026학년도 홍보 전략 수립

- 1) 산업트렌드와 연결된 부천대학교의 정체성을 통합하기 위한 메시지 제시
(나의선택, 혁신, 실현에 대한 강한 메시지 필요)
- 2) 데이터 기반 2025년도 개선점 도출 및 고도화 방안 제시
※ 결과보고서 참여업체에게 개별 제공 예정
- 3) 온라인 교육 시장 환경 분석 및 주요 타깃 분석

나. 타 대학 경쟁 분석을 통한 차별화 포인트 및 전략 방향 제안

- 1) 브랜드 이미지 구축 전략(대학 홍보)과 모집 성과 중심 전략(입시 홍보)을 명확히 구분
- 2) 동일 권역 및 유사 계열 대학 벤치마킹
- 3) 학생 체감형 차별화 포인트 도출 및 전략화

(시설, 규모, 전통 등 공급자 중심 < 학과 경쟁력, 취업성과, 산업 연계성, 통학 편의성 등 수요자 중심)

다. 전체 학과 특성 분석 및 학과별 맞춤형 홍보 전략 수립

- 1) 학과별 경쟁력, 취업률, 교육과정 차별화 요소 분석
- 2) 학과별 타깃 수험생 페르소나 설정
- 3) 학과별 핵심 메시지 및 스토리텔링 전략
※ 수험생의 관점에서 작성

라. 성과관리 지표(KPI) 설정 및 정기적 성과 분석을 통한 전략 보완

- 1) 필수 성과지표(KPI)와 차별화 성과지표(KPI) 구분 제안
- 2) 정량·정성 지표를 포함한 단계별 성과 목표 설정
- 3) 성과 분석 및 월·분기별 리포트 체계 제안

(예시 : KPI 항목 - 도달수, 조회수, 클릭률(CTR), 전환율(CVR), 타깃 대상 유입률 30% 증가)

- 4) 소셜아이어워드, 대한민국 SNS 대상 등 광고제 출품 계획(안) 제안

2. SNS 운영 관리

가. 연간 운영 전략 및 콘텐츠 구성 계획 수립

- 1) 수험생, 재학생이 흥미를 유발할 수 있는 대학소식, 취업 및 입학, 기타 유익한 정보 등 창작형 콘텐츠
- 2) 채널에 맞는 콘텐츠를 기획, 디자인, 편집하고 채널에 게재 및 대학에 결과물 제공
- 3) 트렌드에 맞는 전 채널별 스킨 디자인 및 변경(연 4회 : 봄, 여름, 가을, 겨울)
- 4) SNS 이벤트 : 월 1회 이상 재학생, 수험생 대상(인스타그램)
- 5) SNS 광고 : 월 2회 페이스북, 인스타그램 계정·게시물 타깃팅 홍보 등

나. 키워드관리와 검색엔진 최적화로 콘텐츠 확산과 유입자 증대

다. 실시간 모니터링 및 커뮤니케이션을 통한 방문자 관계 관리

라. 과업 대상

채널	명칭 / 주소	세부범위
페이스북	BCUniversity	운영 및 관리 (주 1회 이상/월 4개 이상) - 멀티 슬라이드(캐러셀) 기반 카드뉴스 제작 (입시 일정, 장학금, 학과 정보 등) - 정보 몰입도를 높이는 스토리텔링형 레이아웃 - 채널 및 타겟별 맞춤 디자인
인스타그램(META)	bucheon_univ	
카카오톡 플러스친구	부천대학교 입학홍보처	
네이버 블로그	blog.naver.com/bcuniv	운영 및 관리 (주 1회 이상/월 4개 이상) -학과 소개, 입시 정보, 재학생 인터뷰, 교수 인터뷰 등 -SEO 최적화 키워드 포함
유튜브(YouTube)	부천대학교 BCU	운영 및 관리(제작된 콘텐츠의 썸네일 제작 등 업로드 지원)

※ 일부 콘텐츠는 입학홍보처 내부 자체 제작으로 진행

3. 홍보서포터즈 with.B 운영 및 관리 지원

가. 서포터즈 운영 및 활동 지원

- 1) OT(Orientation) 및 실행 교육 프로그램 운영 시 필요한 자문 및 지원
- 2) 대학 홍보 영상 촬영 모델 활용 방안 제안

나. SNS 콘텐츠 역량 강화 및 확산 지원

- 1) 콘텐츠 제작 교육 (영상 촬영, 편집, 카드뉴스 제작, 자막, 배경음악, 보정 등)
- 2) 편집 가이드 제공 및 피드백
- 3) 편집 완료된 콘텐츠의 SNS 최적화 및 배포 전략 수립(2차 가공 등)
- 4) 우수 콘텐츠 선정 지원(이벤트 등)

4. 입시 홍보 실행 영역

가. 온·오프라인 홍보물 기획 및 제작

- 1) 대학의 중점 홍보지역에 집중 홍보 기간에 맞춰 효과적인 **오프라인** 홍보방안 제시
- 2) 대학의 주요성과, 홍보 메시지를 담은 광고물 제작(포스터, 배너 현수막, SNS 등 온오프라인 활용)

나. 2027학년도 입시 일정에 따른 단계별 홍보 전략 수립

다. 모집 시기별 타겟 맞춤 광고 캠페인 기획·운영

라. 지원율·전환율 분석 및 개선 방안 도출

마. 입시 홍보 실행

- 1) 모집 시기별 단계별 전략 수립
- 2) 특수 타겟 맞춤형 전략(외국인, 성인학습자, 재직자 등 다양한 학생층 대상 맞춤형 홍보)
- 3) 바이럴마케팅, 리타겟 마케팅 전략 수립, 지역·연령·관심사 기반 타겟팅 최적
- 4) 부천대학 중심 근거리 및 원거리 홍보 전략 이분화 및 차별화된 접근 방안

5. 성과 분석 및 보고

- 가. 착수보고 : 계약 후 10일 이내 수행 조직 및 팀 소개, 상세 계획, 수행 방안 협의 등
 나. 보고 체계 (4단계 보고)

구분		내용
1	월간보고 (매월)	<ul style="list-style-type: none"> - 매월 온라인 홍보 성과 분석 리포트 제출 - 채널별 주요 지표 (노출수, 도달수, 클릭수, 전환수 등) - 광고 성과 및 예산 집행 현황 - 콘텐츠 반응 분석 (좋아요, 댓글, 공유 등) - 월별 주요 이슈 및 대응 현황 - 다음 달 운영 계획
2	수시 1차 모집 후 보고 (특별 보고)	<ul style="list-style-type: none"> - 수시 1차 모집 기간 집중 홍보 성과 분석 - 학과별 지원율 및 경쟁률 분석 - 광고 매체별 전환 성과 (GA4 기반) - 목표 대비 달성률 분석 - 수시 2차를 위한 보완 전략 제시
3	수시 2차 모집 후 보고 (특별 보고)	<ul style="list-style-type: none"> - 수시 2차 기간 홍보 성과 분석 - 1차 대비 2차 성과 비교 - 미충원 학과 분석 및 정시 대응 전략 - 수시 전체 성과 종합 분석
4	최종 보고 (연말/사업 종료 시)	<ul style="list-style-type: none"> - 연간 통합홍보 전체 성과 종합 분석 - 채널별, 시기별, 학과별 성과 분석 - ROI 분석 및 예산 집행 효율성 평가 - 2027학년도 개선 방향 및 전략 제안 - 데이터 기반 인사이트 도출

다. 성과 분석 도구 및 방법

- 1) Google Analytics 4 (GA4) 기반 전환 추적
- 2) PMax(실적 최대화 캠페인) 통합 분석 및 최적화
 - AI 머신러닝 기반의 구글 전 채널(유튜브, 검색, 디스플레이 등) 교차 채널 성과 분석
 - 타겟 잠재고객의 전환 가능성에 따른 실시간 최적화 데이터 도출
- 2) META 비즈니스 관리자 분석
- 3) 유튜브 애널리틱스 분석
- 4) 네이버 애널리틱스 분석
- 5) 맞춤형 대시보드 구축 및 실시간 모니터링

라. 주요 KPI 설정 및 관리

- 1) 온라인 노출 및 도달 확대
- 2) 입시·학과 콘텐츠 반응도 확보
- 3) 지원 전환 증대
- 4) SNS 팔로워 증가율
- 5) 브랜드 검색량 증가

Ⅲ 제안서 작성 및 유의사항

1. 제안서 제출 서류

- 가. 사업제안서 (자유 양식, 40페이지 이내 권장)
- 나. 회사 소개서 (최근 3년간 유사 사업 수행 실적 포함)
- 다. 사업 수행 인력 현황 (담당자별 경력 및 역할)
- 라. 견적서 (세부 항목별 단가 명시)
- 마. 사업자등록증 사본

2. 제안서 작성 방법

가. 일반사항

- 1) 제안서는 본교가 요구하는 작성 방법(A4 사이즈, 가로 방향, 40페이지 이내)에 따라 작성하며, 제반 요청 사항을 명확하고 구체적으로 기술하여야 한다.
- 2) 전체 목차는 제시된 목차를 준수하되, 세부 항목은 제안업체의 전략에 따라 재구성할 수 있다. 단, 요구된 내용은 반드시 포함하여야 한다.
- 3) 필요 시 추가 제안을 할 수 있으며, 이에 따라 제출된 자료는 제안서와 동일한 효력을 가진다.
- 4) 모든 제안 서류는 한글 표기를 원칙으로 하며, 부득이하게 전문용어를 사용하는 경우에는 한글로 용어 해설을 병기하여야 한다.
- 5) 제안서의 내용을 객관적으로 입증할 수 있는 관련 자료는 별지로 제출하여야 하며, 제안 요청 사항 외 추가 제안이 있는 경우에도 제안서에 반영할 수 있다.
- 6) 제안서 기재 사항을 입증할 수 없거나 허위로 작성한 사실이 확인될 경우, 해당 항목은 평가에서 제외되며, 계약 체결 이후라도 계약 해지 등의 조치를 취할 수 있다.
- 7) 제출된 제안서 및 관련 자료는 일체 반환하지 않는다.
- 8) 본 제안과 관련하여 소요되는 일체의 비용은 제안업체가 부담한다.
- 9) 제안서 목차에 포함되지 않은 사항이라도 본 사업 수행에 필요하다고 판단되는 사항은 구체적으로 제시할 수 있다.

나. 유의사항

- 1) 본 제안요청서의 모든 요구사항을 충족하는 내용 포함
- 2) 2025학년도 성과 데이터 분석 및 2026학년도 개선 방향 제시
- 3) 창의적이고 차별화된 전략 제안
- 4) 구체적인 실행 계획 및 일정표 포함
- 5) 예산 계획의 합리성 및 효율성 입증
- 6) 성과 측정 지표(KPI) 및 목표 설정

다. 제안서의 효력

- 1) 제안서에 제시된 내용은 계약서에 명시되지 않더라도 계약 내용의 일부로 간주한다. 단, 계약서에 명시된 사항이 우선한다.
- 2) 제출된 제안서의 내용은 본교의 요청이 없는 한 수정 또는 대체할 수 없다.
- 3) 제안서, 제안요청서, 계약서의 내용 해석에 있어 상호 이견이 발생할 경우, 관련 법령 및 계약 일반 조건을 따르며 최종 해석은 본교의 판단에 따른다.
- 4) 허위 또는 사실과 다른 내용을 기재한 경우 평가에서 제외되거나 계약 해지 등 제재 조치를 취할 수 있다.

라. 전담 인력 유지 의무

본 사업에 투입되는 전담 인력은 계약 기간 중 임의로 변경할 수 없으며, 불가피한 경우 동급 이상의 인력으로 교체 해야하고 본교의 사전 승인을 받아야 한다.

3. 제안서 목차 및 작성 내용

작성 항목	작성 방법
I. 제안개요	<ul style="list-style-type: none"> - 본 사업에 대한 배경 및 필요성 - 목적 및 기대효과 - 사업의 특징 및 차별화 전략 - 사업의 범위 및 핵심 컨셉
II. 제안사 일반현황	<ol style="list-style-type: none"> 1. 제안사 일반현황(주요연혁, 주요실적, 특징 및 대표기술, 대회포상 및 인증) - [양식 1] 2. 사업 수행 실적 (180,000,000원 이상 / 부가세 포함 / 최근 3년) - [양식 2] (2023년 4월 ~ 2026년 3월까지의 대학, 기관의 SNS 운영, 디지털 홍보, 입시 광고 대행 실적에 한함) (사업 수행 실적은 제안서에 포함하되 제작시안, 영상파일은 USB 별도 제출) 3. 최근 2개년 평균 매출액 5억원 이상 또는 이에 준하는 사업 수행 역량을 보유한 업체 (단일 광고주 1억 이상 실적) - [양식 2] 4. 조직 및 업무분담 체계 - [양식 3], 참여인력 이력사항 - [양식 4] 5. 재무구조 현황 최근 2개년(매출액, 부채비율, 유동비율) - [양식 5] <p>* [양식1~5]는 타 서식도 인정하나 반드시 위의 내용이 포함되어 있어야 함</p>
III. 수행 능력 / 수행계획	<ol style="list-style-type: none"> 1. 사업 이해도 및 분석 역량 <ul style="list-style-type: none"> - 부천대학교 SNS 운영 및 입시 광고 환경 분석 - 최근 3개년 데이터 기반 진단 / 유사 사업 실적 - 경쟁 대학 분석 / 타깃 분석 - 인력 보유 현황 및 전문성 2. SNS 운영 및 입시 광고 전략 <ul style="list-style-type: none"> - 대학 브랜드 전략 / SNS 채널 운영 전략 / 입시 광고 집행 전략 / 타깃 세분화 전략 / 권역별 전략 / 특수 타깃 전략 3. 실행계획 <ul style="list-style-type: none"> - SNS 콘텐츠 기획 및 운영 / 온라인 광고 집행 / 오프라인 홍보 / 입시 시즌 집중 캠페인 / 바이럴 전략 / 인플루언서 활용 전략 4. 콘텐츠 제작 계획 및 제작 역량 <ul style="list-style-type: none"> - 디자인 / 영상 / AI 활용 / 채널별 콘텐츠 최적화 방안
IV. 관리방안	<ol style="list-style-type: none"> 1. 수행조직 및 업무 분장 2. 월별 진행 현황 및 성과 측정 방안 3. 정기 보고 체계 및 협의 방안 4. 위기 관리 대응 전략 5. 전담 인력 유지 및 변경 시 승인 절차
V. 기타 제안사항	<ol style="list-style-type: none"> 1. 추가적으로 제안 가능한 창의적 아이디어 2. 특화된 마케팅 및 홍보 전략 제안 3. 본 사업에 추가적으로 필요하다고 판단되는 사항 4. 제안 내용은 실현 가능성을 전제로 구체적으로 제시할 것

IV 제안서 평가 및 협상 기준

1. 입찰 서류 및 제안서 제출 안내

가. 입찰등록에 필요한 서류(공고문 참조)

나. 제안서 4부

*원본 1부(관리용 : 수행기관 명사) 사본 3부(평가용 : 수행기관 삭제)

*사본(평가용)에는 수행기관명, 로고, 대표자명, 이메일 주소, 전화번호 등 수행기관을 인지할 수 있는 일체의 표기 삭제

다. USB 1매

2. 계약 방법 : 협상에 의한 계약 (국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행령 제43조)

3. 2차 제안 평가회

가. 제안 설명 및 제출된 제안서를 평가위원의 평가로 합산한다.

나. 종합평가(100점) = 기술평가(90점) + 가격평가(10점)

다. 제안서 발표회 : 2026. 5. 7. 16:00 예정

라. 평가항목 및 배점표

평가항목			배점
기술평가 (90점)	사업수행 실적	- 공고일 기준 최근 3년 이내 단일 건 기준 2억 원 이상 대학, 기업, 기관 SNS 운영, 디지털 홍보, 입시 광고 대행 실적 건수	5
	사업수행 계획	- SNS 운영 및 입시 광고 전략의 체계성 및 실행 로드맵 구체성 - SNS 운영 전략 및 입시 광고 전략의 구분 및 연계성 - 목표 설정의 명확성(KPI 포함 여부 및 성과관리 체계) - 투입 인력의 전담성 및 전문성	25
	SNS 운영 및 입시 광고 전략	- 데이터 기반 상황분석, 목표, 전략설정 등 - 시장분석 및 타겟 설정 - 홍보 전략 및 방법의 전문성, 타 대학과 차별화 전략 - 콘텐츠 기획 및 운영 능력 - 디지털 채널별 성과 창출 전략 - 입시 시즌별 집중 전략(수시 / 정시 분리)	30
	디자인 및 콘텐츠 제작 역량	- 디자인 독창성 및 심미성 - 제작된 콘텐츠의 창의성 및 활용 가능성 - AI 활용 전략 및 효율성 - 대학 브랜드 아이덴티티 반영 수준	20
	사후관리 및 위기대응	- 이슈 대응 - 댓글관리 - 온라인 위기 확산 대응	5
	업무 이해도 및 협력	- 제안요청 내용 및 부천대학교 업무의 이해도 - 의사결정 체계 및 긴급 대응 체계	5
가격평가(10점)	제안가격 *협상에 의한 계약체결 기준 산식에 따름(기획재정부 계약예규 참조)	10	
합 계			100

1. 저작권

- 가. 본 사업을 통해 제작된 모든 콘텐츠(영상, 이미지, 디자인 등)의 저작권은 부천대학교에 귀속됨
- 나. 계약 종료 후에도 대학은 제작물을 자유롭게 사용, 수정, 배포할 수 있음
- 다. 업체는 대학의 사전 동의 없이 제작물을 자사 홍보에 활용할 수 없음

2. 비밀유지

- 가. 계약상대자는 사업 수행 중 취득한 대학의 정보를 외부에 유출하거나 타 용도로 사용할 수 없음
- 나. 비밀유지 의무는 계약 종료 후에도 지속됨

3. 하도급 제한

- 가. 본 용역은 계약상대자가 직접 수행함을 원칙으로 함
- 나. 부득이 일부 업무를 하도급하고자 할 경우, 사전에 대학의 서면 승인을 받아야 함
- 다. 하도급 승인 시에도 계약상대자가 전체 사업에 대한 책임을 짐

4. 계약 해지

- 가. 계약상대자가 계약 내용을 이행하지 않거나 중대한 과실이 있을 경우 대학은 계약을 해지할 수 있음
- 나. 계약 해지 시 이미 집행된 예산 및 제작물에 대한 정산 진행

5. 손해배상

- 가. 계약상대자의 귀책사유로 대학에 손해가 발생한 경우 계약상대자가 배상 책임을 짐
- 나. 저작권 침해, 초상권 침해 등으로 인한 법적 분쟁 발생 시 계약상대자가 책임짐

6. 기타

- 가. 본 제안요청서에 명시되지 않은 사항은 양 당사자 간 협의하여 결정
- 나. 계약 관련 분쟁 발생 시 부천대학교 소재지 관할 법원의 판결을 따름

[양식 1]

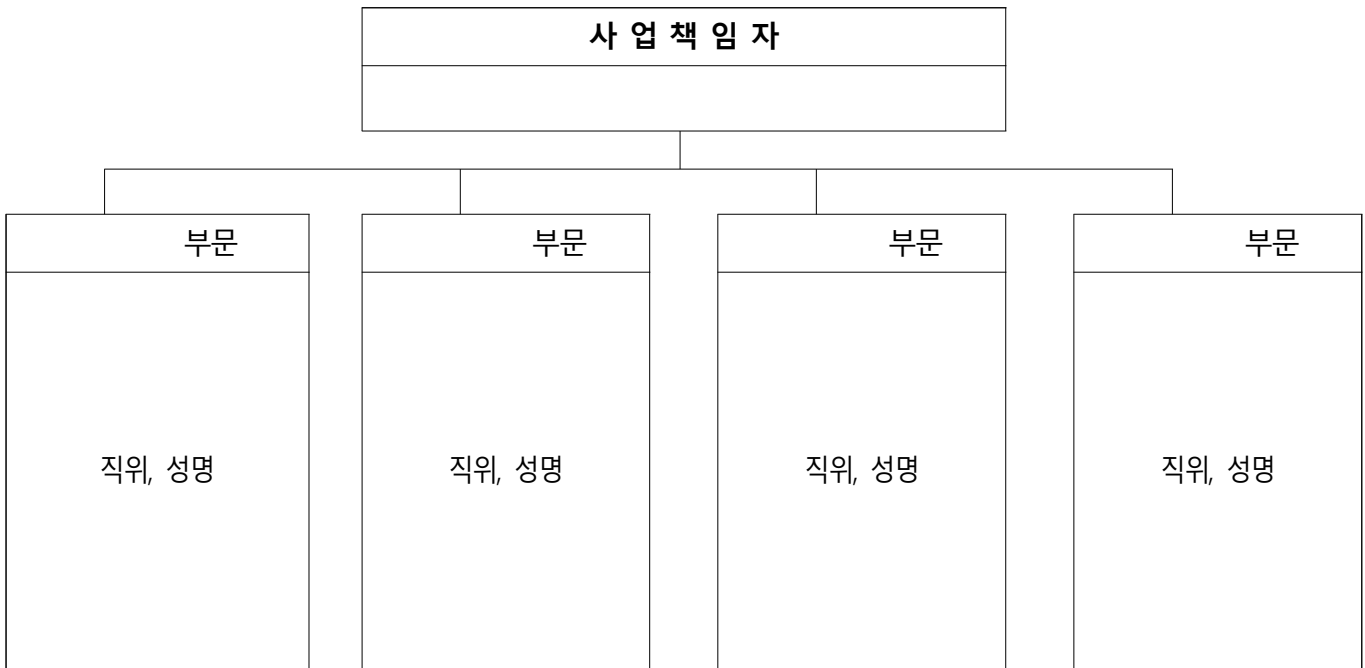
제안업체 일반현황

회 사 명		대 표 자	
사 업 분 야			
주 소			
연 락 처	전화번호 :	팩스번호 :	
회사설립년도	년	월	
주요연혁(요약)			
주요실적(요약)			
대학 홍보사업 부문 인력 보유 현황		(단위 : 명)	
특징 및 대표기술 / 대회 수상 실적 및 포상 ※ 최근 3년간의 포상 및 인증에 대한 근거자료 사본 첨부			

조직 및 업무분담 체계

1. 제안업체의 조직 및 인원현황 (특장점 위주로 기술할 것)

2. 본 사업 수행조직 및 인원현황



재무구조 현황

회사명 :

(단위: 천원)

구 분	2025	2024	
대차대조표	1. 자산총계		
	가. 유동자산		
	나. 비유동자산		
	2. 부채총계		
	가. 유동부채		
	나. 비유동부채		
	3. 자본총계		
손익계산서	1. 매출액		
	2. 영업이익(손실)		
	3. 당기순이익(손실)		
재무비율	1. 부채비율 (부채총계/자본총계)		
	2. 유동비율 (유동자산/유동부채)		

결산 공고된 대차대조표, 손익계산서 또는 공인회계사(또는 세무사)의 확인을 받은 회계감사보고서(또는 재무제표확인서)를 첨부할 것. 단, 당해 연도 결산보고 또는 회계 감사보고서를 제출할 수 없는 경우, 직전년도 제출할 것.