

2025년 마케팅 · 광고효과조사 용역 제안요청서

2025. 2.



제안요청 관련 문의	
입찰 및 계약 관련	경영지원팀 김석현 과장 (02-731-7153)
과업내용 및 제안서 작성 관련	성장지원마케팅팀 노윤지(02-731-7390)

목 차

I. 사업 개요	p1
----------------	----

II. 과업 내용	p2
-----------------	----

III. 제안서 작성 방법	p6
----------------------	----

IV. 입찰등록 및 제안서 제출 안내	p8
----------------------------	----

V. 사업자 선정 방식	p9
--------------------	----

[불임]	p12
--------------	-----

(별지 제 1호 서식)	산출내역서
(별지 제 2호 서식)	제안사 일반현황
(별지 제 3호 서식)	자본금 및 매출액
(별지 제 4호 서식)	2025년 마케팅·광고효과조사 참여인력
(별지 제 4-1호 서식)	월별 인력투입계획
(별지 제 4-2호 서식)	참여인력 이력사항
(별지 제 5호 서식)	제안서 표지
(별지 제 6호 서식)	개인정보 수집·이용·제공 동의서
(별지 제 7호 서식)	청렴계약이행서약서
(별지 제 8호 서식)	퇴직자 영입현황 확인서
(별지 제 9호 서식)	표준 개인정보처리 위탁계약서 (계약 시 제출)
(별지 제10호 서식)	개인정보 수탁업체 의무준수 확인서 (계약 시 제출)
(별지 제11호 서식)	수탁업체 개인정보 파기 협약서 (용역완료 시 제출)

I. 사업 개요

1. **용역명** : 『2025년 마케팅·광고효과조사』

2. 조사목적

- 중소기업 마케팅 솔루션 제공 강화를 위한 소비자 데이터 확보
- KOBACO 대행매체* 광고영업 지원 및 광고주 서비스

* KBS, MBC, EBS, 종교방송 등

3. 조사내용

- 가. 매체영향력 및 소비자 행태 조사
- 나. 프리미엄 광고효과 조사
- 다. 중소기업 브랜드인지도 및 매체접촉률 조사

* II. 과업내용 참조

4. **용역기간** : 계약체결일 ~ 2025년 12월 31일

5. **소요예산** : 165,000,000원 (부가세 포함)

6. **대가지급** : 선금(계약체결 후 50% 지급), 잔금(용역완료 후 50% 지급)

- 선금은 기획재정부 계약예규 「정부입찰·계약 집행기준」 제34조를 준용하여 지급
- 선금청구 시 선금사용계획서 및 이행(선금)보증보험증권을 제출해야 함

7. 결과물 제출

- 1) 조사설계서
- 2) Raw Data (분석 가능한 형태의 SPSS(*.SAV, *.SPS 등) 및 Excel 파일)
- 3) 집계표 (발주처 요청에 따라 Raw Data를 집계·가공한 자료)
- 4) 결과보고서 (회사별 조사결과 분석, PPT/PDF로 제출, 상세내용 2~4쪽 참조)

II. 과업 내용

1. 매체영향력 및 소비자 행태 조사

조사목적	- 중소기업 마케팅 지원을 위한 매체 영향 및 소비자 데이터 확보
조사주기	- 발주처 요청 시(연 3회)
조사대상	- 일반소비자 3,000명 내외 ✓ 1회 평균 3,000명, 세부 타깃 조정 가능. 표본설계방안 제안서 내 기술 요망
조사방법	- 온라인 조사/필요시 오프라인 조사
조사내용	<ul style="list-style-type: none"> - 공사 대행 매체(TV, 라디오)의 경쟁우위 및 장점 발굴 - 방송광고 판매 실적에 실질적인 도움이 되는 마케팅 자료 제공을 위한 소비자 조사 설계 * 미디어 이용행태, 제품군별 소비행태, 구매행태 직간접 요소 등 - 주요 조사내용 <ul style="list-style-type: none"> ○ 광고 매체 영향력 조사 <ul style="list-style-type: none"> · 응답자 선정 : 거주지, 성, 연령, 라이프 스타일, 매체특성 등 고려 → 2019년까지 공사에서 조사한 MCR(Media & Consumer Research) 조사와 유사하되, 지상파(TV,라디오) 광고 판매에 특화된 조사 설계 ※ 지상파와 시너지 효과 있는 매체(ex.디지털사이니지 등) 포함 · 광고 매체 이용 행태 및 인식 → TV, 라디오 광고 매체별 특성 발굴 → 지상파 TV 광고 고관여 소비자 군(업종) 발굴 → 소비자 매체 이용 행태, 근황, 시청트렌드, 청취성향, 광고효과, 업종별/성연령별/광고 매체·유형별/구매여정별 소비자 인식 및 태도* *소비자 인식 및 태도 : ex) 호감도, 신뢰도, 만족도, 활용 의향, 몰입도 등 ○ 중소기업 및 스타트업 등 중소기업 중심 광고 수요 동향 조사 <ul style="list-style-type: none"> · 응답자 선정 : 거주지, 성, 연령 등 고려 · 중소브랜드 성장 업종 광고주 및 제품군 발굴 · 광고 마케팅 가능성이 높은 성장 업종 제품군 발굴 · 성장 업종 세대별/관심사별 소비 행태, 소비자 관점, 소비심리 조사 · 구매여정별 광고 활용도/영향력/효율매체 등 조사 ○ 지상파 콘텐츠 경쟁력/마켓 이슈 등 조사 <ul style="list-style-type: none"> · 응답자 선정 : 거주지, 성, 연령, 라이프 스타일 등 고려 · 지상파 콘텐츠 속성(인기, 모델, 감독 등) 분석, 매체 편성 시 제안 자료 · 타 매체(OTT 등)와의 차별성 등 지상파 광고 수요 발굴을 위한 조사 · 최신 마켓 트렌드 발굴 및 제안 <p>※ 구매여정 : 제품인지→정보획득→브랜드매력 형성→구매결정 ※ 문항 수 총 50개 내외 (Screening 문항 및 응답자 통계 포함) ※ 개별 조사에 따라 세부 항목 변동 가능 ※ 조사 순서 및 구체적인 설문문항은 KOBACO와 협의 후 최종확정</p>
결과물	<ul style="list-style-type: none"> - 조사설계서 / Raw Data 및 집계표 - 결과보고서(PPT, PDF, 모바일/웹페이지) - 카드뉴스, 인포그래픽 등 시각화 자료 (회당 4~6p)

✓ 위 조사내용을 효과적으로 조명할 수 있는 문항(안)을 제안서에 기술 요망

2. 프리미엄 광고효과 조사

조사목적	- 지상파 채널 집행 광고 효과 파악·향후 광고캠페인 방향 도출을 통한 광고영업 및 광고주 서비스 강화
조사주기	- 발주처 요청 시 (연 6회)
조사대상	- 일반 소비자 대상 ✓ 회당 1,000명 수준으로 진행 ✓ 표본설계방안 제안서 내 기술 요망
조사방법	- 온라인 조사
조사내용	<p>- 일정기간 집행된 TV광고의 효과*를 일반소비자 대상으로 조사 * 인지도, 호감도, 구매·이용의향 변화 등</p> <p>- 조사 항목</p> <div style="border: 1px dotted black; padding: 5px;"> <p>1. 응답자 선정</p> <ul style="list-style-type: none"> · 거주지, 성, 연령, 제품 이용 경험 등 · 소비 패턴/매체 노출 정도 등 응답자 성향별 추가 분류 <p>2. 브랜드 Index</p> <ul style="list-style-type: none"> · 제품 최초 상기도, 총 상기도(비보조 인지) · 조사제품 Brand Index(보조인지, 호감도 등 경쟁 브랜드 비교 지표) <p>3. 광고 평가</p> <ul style="list-style-type: none"> · 광고 접촉 여부, 접촉 채널 · 광고물 평가(주목도, 내용전달, 모델적합성, 이해도, 차별성 등) · 광고 속성평가(관심, 호감, 검색/이용의향, 정보공유의향 등) <p>4. 제품군 관련 태도</p> <ul style="list-style-type: none"> · 제품 Key Buying Factor · 제품 관심 정보 수집 채널/관심항목 · 제품군 관련 인식/라이프스타일 등 <p>5. 제품군별 기획 문항</p> <ul style="list-style-type: none"> * 추후 광고주와 협의 후 문항 확정 </div> <p>※ 문항 수 총 50개 내외 (Screening 문항 및 응답자 통계 포함) ※ 필요한 조사의 일부 문항에 한해, 오버샘플링을 통한 일반소비자-고관여자 비교 데이터 분석 요청 가능 ※ 개별 조사에 따라 세부 항목 변동 가능</p>
결과물	<p>- 조사설계서</p> <p>- Raw Data 및 집계표</p> <p>- 결과보고서(PPT, PDF)</p> <p>※ 세부 형식은 발주처와 협의하여 결정</p>

3. 중소기업 브랜드인지도 및 매체 접촉률 조사

조사목적	- KOBACO 주력 광고 대행 브랜드의 경쟁력 확인
조사주기	- 발주처 요청 시 (분기별 1회, 연 3회)
조사대상	- 일반 소비자 대상, 회차별 500명
조사방법	- 온라인 조사
조사내용	<p>- 일정기간 집행된 광고의 효과*를 타깃 소비자 대상으로 조사 * 인지도, 광고접촉률 등</p> <p>- 조사 항목</p> <div style="border: 1px dotted black; padding: 5px;"> <p>1. 응답자 선정 · 거주지, 성, 연령, 특정 매체/채널 이용 등</p> <p>2. 브랜드 보조인지도 & 광고접촉률 · 브랜드 제시, 알고 있는(인지) 브랜드 모두 선택 · 최근 한 달 내 광고를 접촉한 브랜드 모두 선택</p> <p>3. 회차별 기획 문항 · 응답자가 이용하는 특정 매체/채널 관련 인식 등 * 추후 KOBACO와 협의 후 문항 확정</p> </div> <p>※ 문항 수 총 15개 내외 (Screening 문항 및 응답자 통계 포함) ※ 개별 조사에 따라 세부 항목 변동 가능 ※ 주요 브랜드 대상 소셜빅데이터 분석 등 회차별 발주처와 협의한 심층 분석 내용 포함</p>
결과물	<p>- 조사설계서</p> <p>- Raw Data 및 집계표</p> <p>- 결과 요약보고서(PPT, PDF)</p>

4. 결과보고서 작성

- PPT로 작성하되, 각 조사별 세부 형식은 발주처와 협의하여 결정
- ✓ 각 조사별 조사내용, 결과물을 참고하여 보다 구체화된 구성안 제안서에 기술 요망

5. 추진일정

가. 매체영향력 및 소비자 행태 조사

- 발주처 요청 시 수시 진행
- 회차별 조사결과는 조사완료 후 5일 이내에 결과테이블(Excel 파일)을 제공하고, 결과테이블 제공 후 10일 이내에 분석보고서(PPT 파일)을 제공

나. 프리미엄 광고효과 조사

- 발주처 요청 시 수시 진행
- 회차별 조사결과는 조사완료 후 5일 이내에 결과테이블(Excel 파일)을 제공하고, 결과테이블 제공 후 10일 이내에 분석보고서(PPT 파일)을 제공

다. 중소기업 브랜드인지도 및 매체접촉률 조사

- 발주처 요청 시 진행(분기별 1회)
- 회차별 조사결과는 조사완료 후 5일 이내에 결과테이블(Excel 파일)을 제공하고, 결과테이블 제공 후 10일 이내에 분석보고서(PPT 파일)을 제공

※ 결과물 제공일정은 발주처와 협의하여 변경할 수 있음

※ 조사의 원활한 진행을 위해 용역 기간 중 한국방송광고진흥공사와 협력 회의 수시 진행

6. 기타 유의사항

- 제안요청서에 기재된 사업추진내용 등은 계획사항이며, 발주처의 사정으로 일부 변경될 수 있음. 용역수행 중 과업내용 또는 과업일정의 변경이 필요한 경우 발주처와 사전 협의를 통해 변경할 수 있음
- 본 용역수행에 따라 산출된 모든 결과물의 소유권은 발주처에 있으며, 용역수행과 관련하여 용역수행자가 발주처에 제출한 자료 일체에 대한 권리는 발주처에 귀속됨. 따라서 용역수행자는 관련자료를 발주처 사전 동의 없이 임의로 공개·활용하거나 타인에게 판매·양도할 수 없음
- 본 용역을 수행함에 있어 발생하는 저작권, 사용권 또는 특허권 등의 문제에 대한 일체의 책임은 제안사에 있음
- 용역수행 중 개인정보 보호법 및 관련 규정을 준수해야 함

III. 제안서 작성 방법

1. 제안서 목차 및 작성내용

★표시: 중점검토사항 / 분량제한: 표지·목차 제외 50쪽 이내

작성항목	작성내용
표지	(별지 제5호 서식) 사용
목차	제안서 목차와 동일하게 적용
I. 제안사 현황	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제안사 일반현황 <ul style="list-style-type: none"> - 제안사 주요연혁, 재무현황, 조직현황 등
II. 제안개요	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제안배경 및 목표 <ul style="list-style-type: none"> - 제안의 배경·목적 - 과업수행관련 타사와 차별화된 제안사의 특장점
III. 수행계획 (3개 과업)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 조사설계 <ul style="list-style-type: none"> - 조사목적 달성에 적합한 조사설계방안 - 표본크기·샘플링★, 표본·비표본오차 감소방안★, 응답률 제고방안 - 자료수집 및 데이터 검증 과정의 주요 사항★ - 3개 과업 조사 목적 이해도 및 문항 구성안의 적절성★ ○ 조사진행 및 결과분석 <ul style="list-style-type: none"> - 실사계획 - 통계처리 및 결과분석/제시 방안 - 3개 과업 조사 결과보고서 구성안★
IV. 사업관리	<ul style="list-style-type: none"> ○ 추진일정 및 보고계획 <ul style="list-style-type: none"> - 제안 내용에 대한 종합 수행일정 및 과업별 세부 추진일정★ ○ 과업별 수행조직 구성 <ul style="list-style-type: none"> - 참여인력 규모, 전담인력 및 참여자 직위, 업무분장 등
V. 활용방안 제안	<ul style="list-style-type: none"> ○ 조사 결과 활용방안★ <ul style="list-style-type: none"> - 지상파TV 마케팅 자료로의 활용방안★ 및 업계이용 활성화방안 - 중소기업 마케팅 솔루션 제공 및 활용 활성화 방안 <p>*(예) 발주처의 데이터 분석 용이성 제고방안 및 기타 데이터와의 연계분석 방안 등</p>

2. 제안서 관련 유의사항

o 작성관련

- 상기 목차 및 분량(표지·목차 및 기타 첨부물 제외 50쪽 이내) 준수
- 제안서에는 업체명 또는 작성자의 암호로 오인될 수 있는 일체의 표시를 할 수 없으며, 제안서 표지는 (별지 제 5호 서식)을 이용할 것
- 제안서에 기술된 모든 사항은 객관적으로 입증될 수 있어야 하며, 발주처의 입증서류 요구 시 이에 응해야 함. 허위사실인 경우 선정 무효화
- 제안서는 명확한 용어를 사용하여 표현하여야 하며, ‘~을 할 수 있다’ 혹은 ‘~이 가능하다’ 등의 모호한 표현은 ‘할 수 없다’로 평가함
- 복수선택의 제안도 가능하나, 이 경우 장단점을 비교하여 제안사의 추천안을 명시하고 추천 사유를 함께 기술
- 제안서는 반드시 한국어로 작성하며, 약어 사용 시 용어전체를 포함한 용어해설을 별도 주석으로 기재하여야 함
- 기타 필요하다고 판단되는 보조 자료는 별도 제출할 수 있음

o 기타 일반사항

- 제안서 작성·제출에 소요되는 모든 경비는 제출자의 부담으로 함
- 제안서는 허위로 작성하지 않아야 하며, 계약 이후에도 허위로 작성된 사실이 발견되거나 제안내용과 상이하게 시행될 경우 일방적 계약 해지 및 배상청구가 가능함
- 제안서에 제시된 내용은 계약서에 명시하지 않아도 계약서와 동일한 효력을 가지며, 계약서에 명기한 사항은 계약서의 내용이 우선함
- 제안서와 계약서 해석에 이견이 발생할 경우 발주처의 해석이 우선함
- 가격 산출내역서 작성 시 원가계산에 의한 예정가격 작성(기재부 계약예규 예정가격 작성기준)을 참고하여 구체적으로 기입하여야 함
- 가격산출내역서 작성 시 응답사례품 또는 사례방식에 대해 가격과 세부내용 등을 구체적으로 기재하여야 함

IV. 입찰등록 및 제안서 제출 안내

1. 입찰등록

- 입찰마감 : 2025년 3월 7일(금) 15:00 까지 (나라장터 접수마감)
 - * ‘국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행령’ 제20조에 해당하는 경우 재공고입찰할 수 있음
- 제출방법 : 전자조달시스템을 활용한 나라장터 온라인 제출

2. 구비서류

제출서류	제출방법
- 가격입찰서 1부	나라장터
- 가격산출내역서 1부 (별지 제 1호 서식)	"
- 조달청 경쟁입찰참가자격등록증 1부 (나라장터에서 발급)	"
- 사업자등록증 사본 1부	"
- 중소기업확인서 (중기부 SMINFO에서 발급 가능)	"
- 제안서 2부 (원본 1부, 사본 1부) * 제안서 사본에는 회사명, 로고 등 표기 금지	"
- 프리젠테이션용 요약제안서 2부 (원본 1부, 사본 1부) ※ 요약제안서는 20 Page로 할 것 * 제안서 사본에는 회사명, 로고 등 표기 금지	"
- 기타 붙임서류 각 1부 (별지 제 2~8호 서식)	"
- 기타 요청서류	자료 요구 시

* 제출서류와 관련하여 추가 설명자료를 요청할 수 있음

* 서류사본의 경우 “원본과 같음”이라고 명기하고, 인감증명서 상 인감으로 날인하여 제출

※ 본 용역의 입찰 및 계약은 「국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률」 및 기재부 계약예규를 준용하여 시행하며, 입찰에 필요한 일체의 사항을 숙지하지 못한 책임은 제안사에 있음

3. 문의처

계약절차 및 입찰	경영지원팀 김석현 과장 (02-731-7153)
과업내용 및 제안서작성	성장지원마케팅팀 노운지(02-731-7390)

V. 사업자 선정 방식

1. 입찰방식 : 제한(총액)협상에 의한 계약

※ 관련 규정 : 「중소기업제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 법률」 제4조(구매 증대) 및 동법 시행령 제2조의 2(중소기업자와의 우선조달계약)에 의한 중소기업자 간 제한경쟁입찰

2. 참여업체 자격조건

- 국가 전자조달시스템(G2B)에 입찰참가자격 등록을 한 업체
- 「중소기업 범위 및 확인에 관한 규정」에 따라 발급된 <중·소기업·소상공인 확인서>를 소지한 업체

3. 낙찰방식 : 협상에 의한 낙찰제 (기술평가 90% + 가격평가 10%)

* 본 조사는 중소기업 마케팅 솔루션 제공을 위해 조사품질과 조사설계의 적합성이 중요한 사항으로 입찰업체의 수행능력(기술평가)에 비중을 두고 평가

4. 평가일시

- 평가일시 : 2025년 3월 11일(화) 15:00
- 평가장소 : 광화문 한국프레스센터 17층 KOBACO PT룸
 - ※ 평가일정 및 장소는 변경될 수 있음 (변경 시 별도 고지)
 - ※ 제안심사 불참 시 선정대상에서 제외
- 제안서 평가위원회 : 접수된 제안서 평가를 위해 7명 이내의 심사위원회를 구성하여 선정기준에 따라 심사 실시
- 발표순서 : 가격입찰서 제출 순
 - ※ 본조사 수행 시 가장 중추적 역할을 담당할 분이 직접 제안사항을 설명하며, 질의응답도 설명자 중심으로 답변
 - ※ 제안서 설명과 질의응답은 30분으로 제한(제안서 설명 20분, 질의응답 10분)
 - ※ 비대면/온라인/서면평가 진행 시 제안서 발표 생략 및 제출한 제안서를 기반으로 평가할 수 있음

5. 평가방법

- 기술평가 배점(90점)의 85%(76.5점) 이상인 자를 협상적격자로 선정
- 기술평가점수와 가격평가점수를 합산하여 고득점 순위별로 우선순위 협상대상자를 선정 후 협상을 통해 최종 낙찰자 선정
 - * 합계점수가 동일한 경우 기술평가 점수 순으로 우선순위 협상대상자 지정

6. 평가기준 및 배점

구 분		평가요소	배점	비고
기술 평가 (90%)	사업 수행능력	- 조사수행 디렉터의 전문성	5	계량 ¹⁾
		- 조사수행 투입인력 수	5	
	조사설계	- 표본크기 및 샘플링 방법	10	비계량 ²⁾
		- 오차 감소방안 및 응답률 제고방안	10	
		- 조사 목적 이해도 및 문항 구성안의 적절성	15	
	결과분석 및 품질관리	- 품질관리 방안 (통계처리, 응답신뢰도 및 검증, 분석 등)	10	
		- 조사결과보고서 구성안의 적절성 (인사이트발굴, 스토리라인, 시각화능력 등)	15	
	사업관리	- 과업별 추진일정 및 보고계획의 적절성	5	
		- 수행조직 구성의 적절성	5	
	조사활용 및 개선방안	- 조사 결과 활용도 제고 방안	5	
- 기타 제안사항 및 독창적 아이디어		5		
가격평가(10%)		(별도의 가격평가 점수 산정식)	10	-
합 계			100	-

7. 협상내용과 범위

- 발주처는 제안서의 내용 전반에 대한 검토와 협상대상자의 추가 제안사항에 대하여 이행 및 실현 가능성 등을 확인함
- 협상대상자가 제안한 이행과업내용, 이행일정, 제안가격 등의 제안서 내용을 대상으로 협상을 하며, 협상대상자와의 협상을 통해 그 내용 일부를 조정할 수 있음

8. 가격협상 기준금액

- 가격협상 기준금액은 발주처의 예정가격으로 하며, 당해 협상대상자의 제안가격이 예정가격 이하일 경우에는 당해 협상대상자의 제안가격으로 함
- 협상대상자가 제안한 내용을 가감하는 경우, 발주처는 그 가감되는 내용에 상당하는 금액을 당해 예정가격 범위 내에서 조정할 수 있음

※ 입찰가격 평점산식

가) 입찰가격을 추정가격의 100분의 80이상으로 입찰한 자에 대한 평가

$$\cdot \text{평점} = \text{입찰가격평가 배점한도} \times \left(\frac{\text{최저입찰가격}}{\text{당해입찰가격}} \right)$$

* 최저입찰가격 : 유효한 입찰자중 최저입찰가격으로 하되, 입찰가격이 추정가격의 100분의 70 미만일 경우에는 100분의 70으로 계산

* 당해입찰가격 : 당해 평가대상자의 입찰가격

* 입찰가격 평가 시 사업예산으로 하는 경우에는 추정가격에 부가가치세를 포함하여 적용하고, 예정가격을 작성한 경우에는 추정가격을 예정가격으로 적용

나) 입찰가격을 추정가격의 100분의 80 미만으로 입찰한 자에 대한 평가

$$\cdot \text{평점} = \text{입찰가격평가 배점한도} \times \left(\frac{\text{최저입찰가격}}{\text{추정가격의 80\%상당가격}} \right) + \left[2 \times \left(\frac{\text{추정가격의 80\%상당가격} - \text{당해입찰가격}}{\text{추정가격의 80\%상당가격} - \text{추정가격의 70\%상당가격}} \right) \right]$$

* 최저입찰가격 : 유효한 입찰자중 최저입찰가격으로 하되, 입찰가격이 추정가격의 100분의 70 미만일 경우에는 100분의 70으로 계산

* 당해입찰가격 : 당해 평가대상자의 입찰가격으로 하되, 입찰가격이 추정가격의 100분의 70 미만일 경우에는 배점한도의 30%에 해당하는 평점을 부여

* 입찰가격 평가 시 사업예산으로 하는 경우에는 추정가격에 부가가치세를 포함하여 적용하고, 예정가격을 작성한 경우에는 추정가격을 예정가격으로 적용

다) 입찰가격 평점산식에 의한 계산결과 소수점 이하의 숫자가 있는 경우에는 소수점 다섯째 자리에서 반올림함

9. 협상절차

- 우선순위 협상대상자가 협상 내용에 대해 합의한 경우 차순위 협상적격자와의 협상을 생략함
- 우선순위 협상대상자와의 협상이 결렬될 경우, 동일한 기준과 절차로 차순위 협상적격자와 순차적으로 협상을 실시함
- 모든 협상적격자와의 협상이 결렬될 경우 재공고입찰에 부칠 수 있음

10. 평가 및 협상결과의 통보

- 제안서 평가결과 및 사업자 선정결과는 유선으로 통보함

11. 기 타

- 중요한 질문 사항은 문서 질의를 원칙으로 하고, 전화 또는 구두 질의는 가능하나 전화 또는 구두 질의, 응답 사항은 법적효력을 갖지 못함
- 이 상세 내역에 규정되지 않은 사항과 이 기준시행에 필요한 사항에 대하여는 세부사항을 따로 정하여 시행할 수 있음

[붙임] 별지 서식

(양식 내 적색 참고문구는 삭제하고 작성 요망)

산출내역서

(단위 : 원)

항 목	세부항목	산출내역	금액	비고
1. 인건비	1. 책임연구원 2. 연구원 3. 연구보조원 4. 보조원			
	(인건비 소계)			
2. 경비 가. 전산처리비 나. 응답사례비 다. 보고서 인쇄비 라. 시스템유지보수비 마. ... 바. ... 사. ...				
	(경비소계)			
3. 일반 관리비				
4. 이윤				
5. 합계				
6. 부가가치세				
7. 총계				

※ 원가계산에 의한 예정가격 작성준칙(예산회계법 회계예규) 참고하여 구체적으로 작성

※ 양식 변경 가능

(별지 제 2호 서식)

제안사 일반현황

기 관 명		대 표 자	
사 업 분 야			
소 재 지			
전 화 번 호			
설 립 년 도	년 월		

재정상황(2024년도) (단위 : 천원)	자 본 금	매 출 액	순 이 익	비 고
용역실적 (건수/천원)	2022년	2023년	2024년	비 고
주 요 연 혁				

(별지 제 3호 서식)

자본금 및 매출액 (2024년)

구 분		2024년	
자 본 금			
매 출 액			
	○ ○ 부문		
	○ ○ 부문		
	○ ○ 부문		
	○ ○ 부문		
	○ ○ 부문		
	○ ○ 부문		
합 계			

※ 매출액 공인 실적증명(원본 1부 포함, 기타 복사본) 첨부

(별지 제 4호 서식)

2025년 마케팅·광고효과조사 참여인력

☐ 회사명 :

성명	직급	조사수행시 담당할 업무 (구체적으로)	담당업무 경력(년)	최종학력	전공

* 실사관련 인원 제외

☐ PT 발표자 :

* 상기 표에 기재된 인원 중 조사수행시 가장 중추적인 역할을 할 것으로 예정된 인원

마케팅·광고효과조사 수행 시 투입할 인력이 상기와 같음을 확인함

확인자 : ○○○○○○ 대표 ○ ○ ○ (인)

(별지 제 4-1호 서식)

월별 인력투입계획

□ 회사명 :

(단위: Man/Month)

업무 구분	성명	'25. 1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계

* 면접 실사인원 제외

* 개인별 본사업 참여비 지수에 따라 월별 0.1~1.0 사이로 기재

* 참여비 지수(월별) : 본사업 참여 업무시간÷본인 총 업무시간

마케팅·광고효과조사 수행 시 월별 인력 투입 계획이 상기와 같음을 확인함

확인자 : ○○○○○○ 대표 ○ ○ ○ (인)

(별지 제 4-2호 서식)

참여인력 이력사항

성명		소속		직책		연령	세
학력	대학교 전공			해당분야 근무경력		년 개월	
	대학교 전공			자 격 증			
본사업 참여임무			사업 참여기간			참여율	%

* 참여율(사업기간내) : 본사업 참여 업무시간 ÷ 본인 총 업무시간 × 100

경 력				
사 업 명	참여기간 (년월~년월)	담당업무	발 주 처	비 고

(별지 제 5호 서식) 제안서 표지 (가로형으로 변경 가능)

「2025년 마케팅·광고효과조사 용역」
제안서

2025. 3.

제출회사	(원본 1부에만 회사명 기재, 사본은 공란으로 제출)
심사번호	(공란으로 제출)

개인정보 수집·이용·제공 동의서

한국방송광고진흥공사는 고객의 개인정보를 중요시하며, 「개인정보보호법」 제15조, 제17조, 제22조 및 제24조에 따라 아래와 같이 동의를 얻고자 합니다. 아래사항에 대해 충분히 읽어 보신 후, 동의 여부를 체크·서명하여 주시기 바랍니다.

개인정보 수집 및 이용에 대한 동의

- 개인정보 수집 · 이용 목적
 - 마케팅·광고효과조사 용역 공모접수, 심사 등 사업관리
- 수집하는 개인정보 항목
 - 성명, 전화번호(휴대전화 포함), 주소, 학력, 경력, 소속, 연구수행실적 등
- 개인 정보 보유 · 이용 기간
 - 사내 개인정보보호지침 개인정보파일 보유기간 책정기준표에 의거 3년

※ 유의 사항 : 귀하는 상기 동의를 거부할 수 있습니다. 해당 수집 항목은 마케팅·광고효과조사 관리에 필요한 사항으로, 이에 대한 동의를 하지 않을 경우에는 관련 활동에 제한을 받으시게 됩니다.

☐ 동의함 ☐ 동의하지 않음

개인정보의 제3자 제공에 대한 동의

- 개인정보의 제3자 제공 목적
 - 마케팅·광고효과조사 용역 공모접수, 심사 등 사업관리에 대한 감사
- 개인정보를 제공받는 자 : 감사원 등 내/외부 감사기관
- 제공하는 개인정보 항목 : 성명, 주소, 연락처, 학력, 경력 등
- 개인정보를 제공 받는자의 개인정보 보유·이용 기간 : 이용목적 달성 시

※ 유의 사항 : 귀하는 상기 동의를 거부할 수 있습니다. 해당 수집 항목은 마케팅·광고효과조사 관리에 필요한 사항으로 이에 대한 동의를 하지 않을 경우에는 관련 활동에 제한을 받으시게 됩니다.

☐ 동의함 ☐ 동의하지 않음

본인은 본 "개인정보 수집 및 이용", "개인정보의 제3자 제공" 내용을 읽고 명확히 이해하였으며 이에 동의합니다.

20 년 월 일

생년월일 :

한국방송광고진흥공사 귀중 본 인 : (서명 또는 인)

(별지 제 7호 서식)

청렴계약 이행 서약서

당사는 부패 없는 투명한 기업경영과 공정한 행정이 사회발전과 국가 경쟁력에 중요한 관건이 됨을 깊이 인식하며 청렴계약제 시행취지에 적극 호응하여 한국방송광고진흥공사(이하 “공사”라 함)에서 시행하는 입찰참여 및 계약 함에 있어 당사_____ 및 하도급 업체의 임직원과 대리인은

제1조(청렴계약이행 준수 의무) ①공사.용역.물품구매 등의 입찰과 계약체결 및 이행과 관련하여 어떠한 명분으로도 관계직원에게 직.간접적으로 금품.향응 등(친인척 등에 대한 부정한 취업 제공 포함)의 뇌물이나 부당한 이익을 제공하지 않겠습니다.

제2조(부정당업자의 입찰참가자격제한) ①입찰에 참가하는 자가 입찰가격이나 특정인의 낙찰을 위하여 담합 등 불공정 행위를 하였을 때에는 다음 각 호의 1에서 정하는 바에 의하여 공사에서 시행하는 입찰에 참가 제한을 받는데 있어서 이의를 제기하지 않겠습니다.

1. 경쟁 입찰에 있어서 특정인의 낙찰을 위하여 담합을 주도하여 낙찰을 받은 사실이 드러날 경우 한국방송광고진흥공사에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받은 날부터 2년 동안 참가하지 않겠습니다.

2. 경쟁 입찰에 있어서 입찰가격을 서로 상의하여 미리 입찰가격협정을 주도, 특정인의 낙찰을 위하여 담합을 주도한 사실이 드러날 경우 한국방송광고진흥공사에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받은 날부터 1년 동안 참가하지 않겠습니다.

②입찰담합 등 불공정행위를 한 경우에는 제1항과 병행하여 독점규제 및 공정거래에 관한 법령에 따라 공정거래위원회에 고발 등 조치를 하는데 일체 이의를 제기하지 않겠습니다.

③입찰.계약체결 및 계약이행 과정에서 관계직원에게 직.간접적으로 금품, 향응 등(친인척 등에 대한 부정한 취업 제공 포함)의 뇌물이나 부당한 이익을 제공하지 않으며 이를 위반하였을 때에는 다음 각 호의 1에 해당하는 기간 동안 한국방송광고진흥공사에서 시행하는 입찰에 참가제한을 받는데 이의를 제기하지 않겠습니다.

1. 입찰.계약체결 및 계약이행 과정에서 관계직원에게 뇌물(친인척 등에 대한 부정한 취업 제공 포함)을 제공함으로써 입찰을 유리하게 하여 낙찰을 받았거나 시공 중 편의를 받아 부실시공한 사실이 드러날 경우 한국방송광고진흥공사에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받은 날부터 2년 동안 참가하지 않겠습니다.

2. 입찰 및 계약조건이 입찰자 및 낙찰자에게 유리하게 되도록 하거나, 계약이행을 부실하게 할 목적으로 관계직원에게 뇌물(친인척 등에 대한 부정한 취업 제공 포함)을 제공한 사실이 드러날 경우 한국방송광고진흥공사에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받은 날부터 1년 동안 참가하지 않겠습니다.

④제1항 내지 제3항의 규정에 의하여 입찰참가자격을 제한하는 한국방송광고진흥공사의 처분을 받은 경우 한국방송광고진흥공사를 상대로 손해배상을 청구하거나 배제하는 입찰에 관하여 민.형사상 이의를 제기하지 않겠습니다.

제3조(계약해지 등) ①입찰, 계약체결 및 계약이행과 관련하여 관계직원에게 뇌물(친인척 등에 대한 부정한 취업 제공 포함)을 제공한 사실이 드러날 경우, 각 호의 1에서 정하는 바에 의하여 당해 계약에 대한 조치를 받겠습니다.

1. 계약체결 전의 경우에는 적격낙찰자 결정대상에서 제외하고 낙찰자로 결정된 경우에는 그 결정을 취소한다.

2. 계약체결 이후 과업착수 이전의 경우에는 당해 계약을 해제한다.

3. 과업착수 이후에는 발주처에서 계약의 전체 또는 일부를 해지한다. 다만, 계약의 성격, 진도, 규모, 계약기간 등을 감안하여 부득이한 경우에는 그러하지 아니할 수 있다.

4. 당사는 제1호 내지 제3호의 처리에 대하여 민.형사상 일체 이의를 제기하지 않는다.

제4조(기타사항) ①업체의 임직원(하도급업체 포함)과 대리인이 관계직원에게 뇌물(친인척 등에 대한 부정한 취업 제공 포함)을 제공하거나 담합 등 불공정행위를 하지 않도록 하는 업체윤리강령과 내부비리 제보자에 대하여도 일체의 불이익 처분을 하지 않는 사규를 제정하도록 적극 노력하겠습니다.

②본 건 관련 하도급 계약체결 및 이행에 있어서 하도급자로부터 금품을 수수하거나 부당 또는 불공정한 행위(친인척 등에 대한 부정한 취업 제공 포함)를 하지 않겠습니다.

2025. 00. 00.

서약자 : 대표 (인)

(별지 제 8호 서식)

퇴직자 영입현황 확인서

1. 공고번호 : 한국방송광고진흥공사 입찰공고 제20 - 호

2. 입찰건명 :

상기 입찰건과 관련하여 당사는 한국방송광고진흥공사 퇴직자(퇴직 후 2년 이내) 영입(근무)현황을 아래와 같이 제출합니다.

성명	직급 (간부·보직자 직급)	입사일 (20XX.XX.XX)	근무기간 (단위 : 개월)	비고

※ 퇴직자 영입현황이 없을 경우 '해당없음'으로 기재하여 제출

상기와 같은 한국방송광고진흥공사 퇴직자의 근무현황이 있을 경우(퇴직후 2년 이내)에는 입찰참가자격 제한 방침을 따르겠습니다.

상기 입찰 및 계약을 수행함에 있어 위에 언급한 내용대로 이행할 것이며, 만일 이의 사실과 다를 경우(축소, 누락포함) 평가대상자에서 제외, 계약해지 또는 해제 및 부정당업자로 입찰참가자격제한조치 등 불이익 처분을 받더라도 일체의 이의를 제기 하지 아니할 것을 확약하고 이에 확인서를 제출합니다.

20 . . .

신고자 회사명 :

대표자 : (인)

※ 이 신고서가 「국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률」 시행령 제76조2항1호에 해당할 경우에는 동법 시행규칙 [별표2], [10의 나]에 따라 6개월의 입찰참가자격 제한을 받게 됨을 알려드립니다.

[별지 제 9호 서식] (계약 시 제출)

표준 개인정보처리 위탁계약서

한국방송광고진흥공사(이하 “위탁자”이라 한다)과 000000 주식회사(이하 “수탁자”이라 한다)는 “위탁자”의 개인정보 처리업무를 “수탁자”에게 위탁함에 있어 다음과 같은 내용으로 본 업무위탁계약을 체결한다.

제1조 (목적) 이 계약은 “위탁자”가 개인정보처리업무를 “수탁자”에게 위탁하고, “수탁자”는 이를 승낙하여 “수탁자”의 책임아래 성실하게 업무를 완성하도록 하는데 필요한 사항을 정함을 목적으로 한다.

제2조 (용어의 정의) 본 계약에서 별도로 정의되지 아니한 용어는 「개인정보 보호법」, 같은 법 시행령 및 시행규칙, 「개인정보의 안전성 확보조치 기준」(개인정보보호위원회 고시 제2023-6호) 및 「표준 개인정보 보호지침」(개인정보보호위원회 고시 제2024-1호)에서 정의된 바에 따른다.

제3조 (위탁업무의 목적 및 범위) “수탁자”는 계약이 정하는 바에 따라 『0000000 사업』 목적으로 다음과 같은 개인정보 처리 업무를 수행한다.¹⁾

1. 처리하는 개인정보 모두 기입(~등과 같은 표현은 안됨, ex)성명, 전화번호 등(X))

제4조 (위탁업무 기간) 이 계약서에 의한 개인정보 처리업무의 기간은 다음과 같다.

계약 기간 : 20 년 월 일 ~ 20 년 월 일

제5조 (재위탁 제한) ① “수탁자”는 “위탁자”의 사전 승낙을 얻은 경우를 제외하고 “위탁자”와의 계약상의 권리와 의무의 전부 또는 일부를 제3자에게 양도하거나 재위탁할 수 없다.

② “수탁자”가 다른 제3의 회사와 수탁계약을 할 경우에는 “수탁자”는 해당 사실을 계약 체결 7일 이전에 “위탁자”에게 통보하고 협의하여야 한다.

제6조 (개인정보의 안전성 확보조치) “수탁자”는 「개인정보 보호법」 제23조제2항 및 제24조제3항 및 제29조, 같은 법 시행령 제21조 및 제30조, 「개인정보의 안전성 확보조치 기준」(개인정보보호위원회 고시 제2023-6호)에 따라 개인정보의 안전성 확보에 필요한 관리적·기술적 조치를 취하여야 한다.

제7조 (개인정보의 처리제한) ① “수탁자”는 계약기간은 물론 계약 종료 후에도 위탁업무 수행 목적 범위를 넘어 개인정보를 이용하거나 이를 제3자에게 제

1) 각호의 업무 예시 : 고객만족도 조사 업무, 회원가입 및 운영 업무, 사은품 배송을 위한 이름, 주소, 연락처 처리 등

공 또는 누설하여서는 안 된다.

② “수탁자”는 계약이 해지되거나 또는 계약기간이 만료된 경우 위탁업무와 관련하여 보유하고 있는 개인정보를 「개인정보 보호법」 시행령 제16조 및 「개인정보의 안전성 확보조치 기준」(개인정보보호위원회 고시 제2023-6호)에 따라 즉시 파기하거나 “위탁자”에게 반납하여야 한다.

③ 제2항에 따라 “수탁자”가 개인정보를 파기한 경우 지체없이 “위탁자”에게 그 결과를 통보하여야 한다.

제8조 (수탁자에 대한 관리·감독 등) ① “위탁자”는 “수탁자”에 대하여 다음 각 호의 사항을 감독할 수 있으며, “수탁자”는 특별한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다.

1. 개인정보의 처리 현황
2. 개인정보의 접근 또는 접속현황
3. 개인정보 접근 또는 접속 대상자
4. 목적외 이용·제공 및 재위탁 금지 준수여부
5. 암호화 등 안전성 확보조치 이행여부
6. 그 밖에 개인정보의 보호를 위하여 필요한 사항

② “위탁자”는 “수탁자”에 대하여 제1항 각 호의 사항에 대한 실태를 점검하여 시정을 요구할 수 있으며, “수탁자”는 특별한 사유가 없는 한 이행하여야 한다.

③ “위탁자”는 처리위탁으로 인하여 정보주체의 개인정보가 분실·도난·유출·변조 또는 훼손되지 아니하도록 1년에 1회 “수탁자”를 교육할 수 있으며, “수탁자”는 이에 응하여야 한다.²⁾

④ 제1항에 따른 교육의 시기와 방법 등에 대해서는 “위탁자”는 “수탁자”와 협의하여 시행한다.

제9조 (정보주체 권리보장) ① “수탁자”는 정보주체의 개인정보 열람, 정정·삭제, 처리 정지 요청 등에 대응하기 위한 연락처 등 민원 창구를 마련해야 한다.

제10조 (개인정보의 파기) ① “수탁자”는 제4조의 위탁업무기간이 종료되면 특별한 사유가 없는 한 지체 없이 개인정보를 파기하고 이를 “위탁자”에게 확인받아야 한다.

제11조 (손해배상) ① “수탁자” 또는 “수탁자”의 임직원 기타 “수탁자”의 수탁자가 이 계약에 의하여 위탁 또는 재위탁 받은 업무를 수행함에 있어 이 계약에 따른 의무를 위반하거나 “수탁자” 또는 “수탁자”의 임직원 기타 “수탁자”의 수탁자의 귀책사유로 인하여 이 계약이 해지되어 “위탁자” 또는 개인정보주체 기타 제3자에게 손해가 발생한 경우 “수탁자”는 그 손해를 배상하여야 한다.

② 제1항과 관련하여 개인정보주체 기타 제3자에게 발생한 손해에 대하여 “위탁자”가 전부 또는 일부를 배상한 때에는 “위탁자”는 이를 “수탁자”에게 구상할 수 있다.

본 계약의 내용을 증명하기 위하여 계약서 2부를 작성하고, “위탁자”와 “수탁자”가 서명 또는 날인한 후 각 1부씩 보관한다.

20 . . .

위탁자	수탁자
주 소 : 서울시 중구 세종대로 124	주 소 :
기관(회사)명 : 한국방송광고진흥공사	기관(회사)명 :
대표자 성명 : 민 영 삼 (인)	대표자 성명 : (인)

(별지 제 7호 서식)

2) 「개인정보 안전성 확보조치 기준 고시」(개인정보보호위원회 고시 제2023-6호) 및 「개인정보 보호법」 제28조에 따라 개인정보처리자 및 취급자는 개인정보보호에 관한 교육을 의무적으로 시행하여야 한다.

(별지 제 10호 서식) **계약 시 제출**

개인정보 수탁업체 의무준수 확인서

(업 체 명) 은 (계 약 명) 계약서에 명시된 업무를 수행함에 있어 개인정보 취급 수탁업체가 준수하여야할 의무 및 미 이행시 손해배상 등에 대한 사항에 대해 한국방송광고진흥공사로부터 충분한 설명을 들었으며, 이를 준수하기 위해 최대한 노력할 것을 약속합니다.

20 . . .

업체명 :

성 명 : (인)

(별지 제 11호 서식) 용역완료 시 제출

수탁업체 개인정보 파기 협약서

아래의 한국방송광고진흥공사(이하 KOBACO)에서 위탁한 개인정보처리 위탁 용역사업을 완료함에 따라 아래 기간 동안에 처리한 개인정보를 처리 목적 이외에 외부로 유출하지 않았으며, 용역 완료 후 해당 개인정보를 파기하여 보유하지 않고 있음을 확약 드립니다.

사업명 :

수행업체 :

사업기간 :

본 확약을 위반하여 KOBACO가 유형, 무형의 손실을 입을 경우 민사, 형사 상의 모든 책임을 지겠습니다.

본 확약서와 관련하여 문제가 발생할 시에는 서울중앙지방법원을 관할 법원으로 하는데 동의합니다.

20 년 월 일

서약자 소 속 :

이 름 : (인)

한국방송광고진흥공사 사장 귀하