



▲ 제1주제 발표를 해준 이양훈 밀워드브라운 미디어리서치 팀장



▲ 제2주제 발표를 해준 박정래 미래일기회 미디어전략연구소장



▲ 제3주제 발표를 해준 김봉현 동국대 광고홍보학과 교수



▲ 제4주제 발표를 해준 나카무라 히로키 일본 텐즈 테크니컬 디렉터



▲ 광고주의 밤에서 개회사를 전하는 정병걸 한국광고주협회 회장

특별 세미나 2010 미디어리서치, 대행사 보상제도 등 실용적 주제로 꾸며져 2010 한국광고주대회 특별 세미나'는 총 4개 주제로 진행되었다.

제1주제 2010 미디어리서치 결과발표'에서는 작년에 이어 TV, 신문, 인터넷, 라디오, 잡지, 휴대용 디지털미디어 등 전체의 영향력을 객관적으로 평가한 결과를 이번 조사를 수행한 밀워드브라운 미디어리서치의 이양훈 팀장이 발표해 주었다.

제2주제 광고주, 대행사간 미래지향적 파트너십 구축하기'에서는 박정래 前제일기획 미디어전략연구소장이 광고환경의 변화 속에서 광고주와 광고회사와의 관계 변화를 조망하고 광고회사 선정, 보상, 평가에 대한 가이드라인을 제시했다.

제3주제 드라마 내용이 기업 및 광고에 미치는 영향'에서는 김봉현 동국대 광고홍보학과 교수가 TV프로그램이 광고 신뢰도와 브랜드 이미지에 미치는 영향을 분석, 발표하였다.

제4주제 디지털 시대에 요구되는 커뮤니케이션 캠페인의 성공 조건'에서는 나카무라 히로키 일본 텐즈 테크니컬 디렉터가 SNS 커뮤니케이션이 주목받고 있는 시대 소비자를 움직이게 하는 Social Advertising의 인사이트에 대해 소개했다.



▲ 10주년 기념 특별 세미나에서 인사말을 전하는 이홍균 한국광고주협회 사무총장

광고주의 밤_KAA Awards 시상식

오후 6시부터 진행된 '광고주의 밤'에서는 광고주들이 한자리에 모여 광고주의 위상 제고와 국가경제 기여도를 함께 생각하고, 국내 광고산업의 발전 방안을 모색하는 자리로 마련됐다.

한국광고주협회 정병걸 회장은 개회사를 통해 "한국광고주대회는 시장경제 없이 광고 없고, 광고 없이 시장경제를 꽃피울 수 없다는 일념으로 국민들에게 기업의 역할과 광고의 중요성을 널리 알려왔다"며 앞으로도 광고주대회를 통한 광고주체간 화합을 위한 노력은 변함없이 계속될 것이라고 전했다. 정 회장은 또 "앞으로 광고시장이 더욱 확대되기 위해서는 한층 높아진 국력과 미디어 수준에 걸맞도록 광고환경을 만들어야 하며, 불합리한 관행을 개선하고, 광고효과에 기반한 광고가 이루어지는 선순환적 시스템을 만들어야 할 것"이라고 말했다.

이날 '광고주의 밤'에서는 '2010 광고주선언'을 통해 광고주들이 선행적으로 공정경쟁을 통해 소비자 이익 증대에 기여할 것을 선언했다. 이와 함께 자유로운 광고활동 보장, ABC제도 정착, 문체성 프로그램 및 사이버 언론에 대한 광고 차별화, 선진 보상제도 도입 등을 선포했다.

이러던 2010 KAA Awards 시상식'에서는 광고주가 뽑은 광고인상, 좋은 모델상, 좋은 프로그램상, 좋은 신문기획상 등 총 4개 부문에 대한 시상식이 있었다.



▲ 대외 경과보고를 전하는 정상국 집행위원장(CEO 부사장)