

보도 일시	2022. 8. 25.(목) 09:00	배포 일시	2022. 8. 25.(목) 09:00
담당 부서	미디어정책국 방송영상광고과	책임자	과장 최재원 (044-203-3231)
		담당자	사무관 이솔 (044-203-3238)

‘2022 부산국제광고제’, 세상을 바꿀 기상천외한 아이디어 찾는다

- 8. 25.~27. 부산 벅스코, 해운대 일원 현장과 온라인 동시 개최 -

문화체육관광부(장관 박보균, 이하 문체부)는 부산광역시, (사)부산국제광고제 조직위원회와 함께 8월 25일(목)부터 27일(토)까지 부산 벅스코·해운대 일원 현장과 온라인(누리집 www.adstars.org)에서 ‘2022 부산국제광고제’를 동시에 열어 ‘세상을 바꿀 기상천외(MAD)한 아이디어’를 찾는다.

특히 코로나19 영향으로 3년 만에 현장 행사를 개최하는 만큼 광고산업의 변화를 반영해 마케팅 및 디지털 전환 분야로까지 프로그램 구성을 확장하고, 영문명도 ‘매드 스타스(Marketing&Advertising, MAD STARS)’로 변경했다.

73개국 18,922편 출품으로 역대 최다 국가 참여, 8. 27. 수상작 발표

올해 부산국제광고제에서는 전 세계 73개국에서 18,922편을 출품해 역대 최다 국가가 참여한 가운데 58개국 1,745편(전문가 1,582편, 일반인 163편)의 우수 작품이 본선에 진출했다. ‘올해의 대상’ 2편 포함 주요 수상작은 8월 27일(토) 오후 5시, 부산 벅스코에서 열리는 시상식과 온라인 생중계를 통해 공개한다. 이와 함께 전쟁으로 생명의 위협을 받는 고통 속에서도 올해 부산국제광고제를 통해 반전(反戰)과 평화에 대한 메시지를 전달한 우크라이나 광고인들을 위한 특별한 행사도 마련했다.

또한 광고인들이 오랜만에 현장 행사를 즐길 수 있도록 ▲ 전시(수상작, 신기술 체험공간, 2030 부산세계박람회 홍보 등), ▲ 학술대회(광고, 마케팅,

영상, 디지털 전환 등 분야별 현직 전문가 실무 강연), ▲ 사업 시장(비즈니스 마켓-사업자 연계, 업무협약, 상담회)도 준비했다.

필립 코틀러 등 국제 전문가 53명 경험과 해안 공유하는 학술대회 진행

올해 학술대회에서는 그 대상을 전문가와 일반인으로 나누어 총 45개의 강연을 진행한다. 현대 마케팅의 아버지라 불리는 필립 코틀러(미국 노스웨스턴대 교수) 등 전문 광고인과 유명 창작자, 방송인, 광고 감독 등 15개국 53명 전문가가 강연자로 나서 경험과 해안을 공유한다. 지난해 신설한 ‘광고인 실무교육(Global MAD Academy)’도 현장 강의로 열리고, 광고제 기간 이후에는 온라인 과정으로 상시 운영한다.

광고·마케팅 기업 사업자 연계, 수익 창출 돕는 ‘사업 시장’ 신설

특히 올해는 사업자를 연계해 수익 창출을 돕는 ‘국제 사업 시장(비즈니스 마켓)’을 새롭게 마련했다. 8개국 약 150여 개사가 참가해 다양한 홍보 활동을 펼칠 예정이다. 이와 더불어 국내외 광고 관련 단체, 개별 회사 등의 상호업무 교류와 부가가치 창출을 위한 다자간 업무 협약식도 함께 개최한다.

‘2022 부산국제광고제’에 대한 더욱 자세한 내용은 공식 누리집에서 확인할 수 있다.

문체부 정책 담당자는 “3년 만에 현장 행사로 열려 광고인들의 참여 열기가 높은 만큼, 다채로운 프로그램들을 준비했다. ‘부산국제광고제’에서 디지털 전환 등 앞으로의 성장과제에 대한 통찰을 얻을 수 있길 바란다.”라며, “문체부도 우리 광고산업이 더욱 진흥할 수 있도록 적극적으로 지원하겠다.”라고 밝혔다.

- 붙임 1. ‘2022 부산국제광고제’ 포스터
- 2. ‘2022 부산국제광고제’ 학술대회 세부 일정





▷ Day 1 | 8. 25.(목)

● 메인 스테이지(전문가 대상)

시 간	주제 / 연사	비 고
13:50-14:10	디지털 트랜스포메이션 마케팅 · 양경렬 (교수, 나고야상과대학)	
14:10-14:30	창의력을 통한 새로운 세계 건설 · Natalie Lam (Chief Creative Officer, Publicis Groupe APAC & MEA)	
14:30-14:50	사노피의 소셜 임팩트 · 이해경 (이사, 사노피)	
15:00-15:50	심사위원장과와의 대화 · Charu Menon (Partner / Executive Producer, Heckler) · Ashwini Deshpande (Co-founder / Director, Elephant Design Pvt Ltd) · Alan Kelly (Chief Creative Officer, ROTHCO Accenture Interactive) · Chris Duffey (Strategic Development / Creative Cloud Design, Adobe) · 최환진 (집행위원장, 부산국제광고제) · [사회자] 정상수 (부집행위원장, 부산국제광고제)	스페셜 토크
16:00-16:20	측정 가능한 TV 광고의 시대, CTV · 박선우 (한국지사 지사장, 애드저스트)	
16:20-16:50	DX시대의 컨슈머 센싱 · 정성수 (CEO, HS애드 / 엘베스트)	키노트

● 오픈 스테이지(일반인 대상)

시 간	주제 / 연사	비 고
14:10-14:40	불확실성을 커다란 기회로 · Mia Zhang (Head of China Inbound Product Operation and Marketing, Ocean Engine/ Douyin Group)	
14:40-15:10	숨은 카피 찾기 · 김민우 (시니어 카피 라이터, 서비스플랜 코리아)	크리에이티브 스쿨
15:20-15:50	코미디는 무엇인가? · 정영준 (대표, 메타코미디)	
15:50-16:30	생각의 틀을 깨라 · 서준범 (광고감독 겸 드라마감독 겸 웹툰작가, 엑스라지픽처스)	잡 멘토링
16:40-17:10	Meet-up with Creator · 정재형 (크리에이터, 피식대학)	밋업

▷ Day 2 | 8. 26.(금)

● 메인 스테이지(전문가 대상)

시 간	주제 / 연사	비 고
11:00-11:20	디지털 광고: 고품질 개발 시대로의 진입 · [축사] Zhang Guohua (회장, 중국광고협회) · [발표] Yan Huo (사무처장, 중국광고협회)	

11:20-11:40	창의성과 스토리텔링을 통한 전 세계 고객과의 연결 · Anna Yang (Head of Marketing, Amazon Ads Asia, Amazon)	
11:40-12:10	콘텐츠 머니타이제이션 - 숏폼 & NFT 멤버십 마케팅 · 김용태 (대표, 더 에스엠씨그룹)	
13:00-13:20	애드 테크의 미래 전망 · Yuko Furuichi (President and CEO, ad:tech tokyo)	
13:20-13:50	협력적 경험을 통한 세계 변화 · Chris Duffey (Strategic Development / Creative Cloud Design, Adobe)	
13:50-14:10	마케팅을 위한 데이터 오너십, 어떻게 확보할 것인가? · 이철환 (마케팅 클라우드 실장, 아이지아이웍스)	
14:20-14:40	광고 산업의 미래: 리얼타임 3D · 최용승 (사업개발부장, 에픽게임즈 코리아)	
14:40-15:00	더 큰 협력관계 · Matteo Maggiore (Creative Director, Jung Von Matt)	
15:10-15:30	장소 마케팅과 전략 · Philip Kotler (국제마케팅 석좌교수, 노스웨스턴대 켈로그경영대학원)	2030 부산세계박람회 유치 전략 포럼
15:30-16:00	메가이벤트를 위한 커뮤니케이션 전략 · 김주호 (사장, KPR)	
16:00-16:20	도시브랜딩 기회로서의 세계 엑스포: 부산에 대한 통찰을 중심으로 · Florian Kaefer (Founder, The Place Brand Observer)	
16:30-16:50	Transform, Play, Connect - 애드아시아 2023 서울 · [축사] 김낙희 (조직위원장, 애드아시아 2023 서울조직위원회) · [발표] 허태윤 (사무총장, 애드아시아 2023 서울조직위원회)	
16:50-17:10	데이터 기반 마케팅: 민첩한 인사이트 플랫폼 칸타 마켓플레이스 · Ilana Sanborn (Head of Kantar Marketplace APAC, Kantar Insights)	
17:10-17:30	창의성을 위한 촉매로서의 지속가능성 · Thomas Kolster (CEO, Goodvertising Agency)	키노트

● 오픈 스테이지(일반인 대상)

시 간	주제 / 연사	비 고
12:50-13:20	SNS, 3초 안에 승부하라 · 임동준 (소셜미디어 실장, 키스톤 마케팅 컴퍼니)	한국광고주/ 산업협회 실무자 강연
13:20-13:50	중국 시장의 데이터 마케팅 & 이커머스 · 백찬혁 (대표, 와이튼)	
14:00-14:40	창의적인 스토리텔링과 시대를 초월한 중요성 · Alfred Wee (Executive Creative Director, McCann Worldgroup Singapore)	글로벌 오픈 아카데미
14:40-15:20	창의적인 브랜드 솔루션 · Asterio Gutierrez (Creative Director, 72andSunny)	
15:30-16:10	광고: 콘셉트 설정에서 콘텐츠 기획까지 · Mariana Reis (Art Director, AKQA São Paulo)	
16:10-16:50	수상에 필요한 것 · 유현서 (크리에이티브 전략 담당, 틱톡) · Jason Velasquez Burayag (Creative Director, M&C Saatchi UAE)	
16:50-17:30	전략적 마케팅 기획론 · Mike Sunda (Co-Founder/MD & Strategy Director, PUSH)	

▷ Day 3 | 8. 27.(토)

● 메인 스테이지(전문가 대상)

시 간	주제 / 연사	비 고
12:50-13:10	AI의 가치: 광고의 새로운 방식 · 오승열 (CMO, 마인즈랩)	
13:10-13:40	과대광고를 믿지 말고, 경험을 재고하라 · Wayne Deakin (Global Creative Principal, Wolff Olins)	
13:40-14:10	마케팅 청사진 그리기 A to Z · Daisuke Otobe (CEO, Coup Marketing Company Inc.)	
14:20-14:50	하나의 문화 현상이 된 NFT, 브랜드의 접근과 활용 · 이호준 (메타버스랩 팀장, 이노션)	
15:20-15:40	성공하는 모바일 광고는 소재부터 다릅니다 · 김단아 (아이언소스 루나 전략 파트너십 매니저, 아이언소스) · 이동훈 (사업개발팀장, 아이언소스)	
16:00-16:20	대전환의 시대, 변한 것과 변하지 않는 것 · Daizo Nishitani (President, ALPHABOAT LLC) · Takashi Wasa (Vice President/Chief Marketing Officer, 코카콜라 재팬) · Hirofumi Nakano (President & CEO, Nanovation, Inc.)	
16:20-16:50	가치 있는 마케팅을 위한 비전 · Philip Kotler (국제마케팅 석좌교수, 노스웨스턴대 켈로그경영대학원) · 고영보 (대표, 웨버샌드윅 코리아)	키노트

● 오픈 스테이지(일반인 대상)

시 간	주제 / 연사	비 고
13:20-14:00	유튜브가 만든 3가지 변화와 3가지 기회 · 서양수 (브랜드 마케터, KT)	잡멘토링
14:00-14:30	PD로 살아남기 위한 창의성 훈련법 · 흥민지 (PD, SBS디지털뉴스랩)	크리에이티브 스쿨
14:40-15:10	듣는 사람을 위한 기획서 쓰기 · 노윤주 (AP, 대흥기획)	
15:10-15:50	딴짓의 쓸모 · 최인철 (아트 디렉터, TBWA\KOREA)	잡멘토링
16:00-16:30	등잔 밑이 다채롭다 · 타일러 라쉬 (방송인 겸 마케팅 컨설턴트)	크리에이티브 스쿨

※ 상기 일정은 변경될 수 있음

▷ 기조연설 연사

사 진	성명 / 소속	강연주제 / 이력
	<p>정성수</p> 	<p style="text-align: center;">DX시대의 컨슈머 센싱</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 現 HS애드 / 엘베스트 대표이사 <p style="text-align: center;">정성수</p> <p>▶ 2019년 1월 대표이사로 선임, ATL, 디지털 마케팅, O2O 등 풍부한 경험을 바탕으로 리더십 발휘 ▶ 한국광고학회 부회장으로서 한국 광고산업에 기여</p>
	<p>토마스 콜스터 Thomas Kolster</p> 	<p style="text-align: center;">창의성을 위한 촉매로서의 지속 가능성</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 現 굿버타이징(Goodvertising) 마케팅 액티비스트 겸 지속가능성 리더 <p style="text-align: center;">Goodvertising</p> <p>▶ '광고를 통해 세상이 더 나은 방향으로 변해갈 수 있다'는 취지 아래 광고의 순기능을 강조</p>
	<p>필립 코틀러 Philip Kotler</p>	<p style="text-align: center;">가치 있는 마케팅을 위한 비전</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 現 노스웨스턴대학교 켈로그경영대학원 교수 ▪ 현대 마케팅의 아버지 ▪ 90편 이상의 마케팅 관련 서적 저술 <p style="text-align: center;">필립 코틀러</p> <p>▶ 현대 마케팅의 개척자이자 기업 경영에 '마케팅'의 개념을 확산시킨 장본인 ▶ 미국 마케팅학회(American Marketing Association)가 뽑은 세계 마케팅 분야 일인자, <월스트리트 저널>이 선정한 세계에서 가장 영향력 있는 비즈니스 사상가, <파이낸셜타임스>가 뽑은 비즈니스 구루(Guru)</p>