

보도자료

2011년 9월 1일(목) 배포 시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 방송진흥기획관 방송광고정책팀 김광동 팀장(☎750-2315)
방송광고정책팀 조주연 사무관(☎750-2334) ahs0318@kcc.go.kr

“스마트미디어시대 광고산업 육성전략 컨퍼런스” 개최

- 9월 2일(금) 10:00 롯데호텔(소공동) 3층 사파이어볼룸 -

방송통신위원회(위원장 최시중)는 스마트 미디어 시대 광고산업 육성전략 컨퍼런스를 9월 2일(금), 롯데호텔 3층 사파이어볼룸에서 개최한다.

동 행사는 방송통신위원회, 한국광고학회, 한국광고단체연합회 등 광고·미디어 관련 산·학·연·관 공동으로 방송, 인터넷, 모바일 등 디지털, 스마트 광고산업의 육성전략을 모색하기 위해 개최된다.

이번 행사에서는 최시중 방송통신위원회 위원장과 광고단체연합회 이순동 회장, 온라인광고협회 정기호 회장, 광고학회 윤각 부회장 등 광고 및 미디어 협·단체, 업계 관계자 등이 참여한다.

※ 참여기관 : 광고 관련 협·단체(광고단체연합회, 광고업 협회, 광고주협회, 온라인광고협회), 학회(광고학회, 광고홍보학회, 옥외광고학회), 미디어 업계(지상파, 유료PP, IPTV, 케이블SO, 인터넷, 모바일), 광고업계(광고주, 광고대행사, 광고제작업체, 미디어렙, 시청율 조사기관), 유관기관(ETRI, KISDI, KISA, KCA, KOBACO 등)

컨퍼런스의 오전 세션에서는 「스마트 미디어 시대 광고산업의 육성 방향」과 「광고시장의 성장 전망 및 사회·경제적 가치」라는 주제에

대해 광고학회 유창조 교수와 미디어미래연구소 김국진 소장의
기조발표가 이어진다.

오후 세션에서는 ▲ 방송광고 및 광고대행시장 활성화 방안 ▲
디지털광고 시장의 전망 및 과제 ▲ 스마트광고 생태계 조성방안
이라는 3가지 주제로 컨퍼런스가 진행될 예정이다.

< 컨퍼런스 행사 일정 >

구 분	주 요 내 용	발표자 및 토론자
< 기 조 발 표 >		
10:40 ~ 11:05	스마트미디어 시대의 광고산업 육성방향	유창조 교수 (동국대)
11:05 ~ 11:30	광고시장의 성장 전망 및 사회경제적 가치	김국진 소장 (미디어미래연구소)
< 주제 1 : 방송광고 및 광고대행시장 활성화 방안 >		
13:00 ~ 13:20	방송광고 및 광고대행시장 활성화 방안	안대천 교수 (인하대)
13:20 ~ 14:00	패널 토의	○ 진행 : 김효규 교수 (동국대) ○ 패널 - 박상호 연구위원 (방송협회) - 방효선 본부장 (CJ E&M) - 박정래 교수 (숙명여대) - 홍헌표 본부장 (광고주협회) - 강정화 사무총장 (소비자연맹) - 이종관 박사 (미디어미래연구소)
< 주제 2 : 디지털 광고시장의 전망 및 과제 >		
14:00 ~ 14:20	광고매체 진화에 따른 스마트광고 시장 전망	지경용 본부장 (ETRI)
14:20 ~ 14:40	인터넷·모바일 광고시장 동향 및 전망	김복영 수석연구원 (KISA)
14:40 ~ 15:00	디지털 옥외광고 사업현황 및 전망	채종진 본부장 (KT)
< 주제 3 : 스마트광고 생태계 조성 방안 >		
15:10 ~ 15:30	스마트TV광고 기술개발 추진방안	홍진우 단장 (ETRI)
15:30 ~ 15:50	디지털광고 표준화 및 효과측정방안	이시훈 교수 (계명대)
15:50 ~ 16:10	디지털광고 제작산업 육성방안	김병희 교수 (서원대)
16:10 ~ 16:30	스마트 미디어시대 광고제도 개편 방향	주정민 교수 (전남대)

첫 번째 주제인 방송광고 및 광고대행시장 활성화 방안에서는
활성화 방안에 대한 안대천교수의 주제발표와 함께 이해관계자들의
토의가 이루어진다.

두 번째 주제인 디지털광고 시장의 전망 및 과제에서는 스마트 TV, 인터넷, 모바일, 디지털옥외광고의 향후 시장 동향 및 전망을 발표한다.

세 번째 주제인 스마트광고 생태계 조성방안에서는 스마트광고 인프라 구축을 위한 기술개발, 표준화, 효과측정, 광고제작산업의 육성방안을 제시한다.

방통위는 이번 컨퍼런스를 통해서 디지털, 스마트 광고산업의 육성전략 마련을 위한 다각적인 방안이 모색될 것으로 기대하고 있다.

앞으로 방통위는 금번 컨퍼런스 개최를 계기로 광고산업 육성에 대한 폭 넓은 공감대를 확산해 나가고 이해관계자들의 의견수렴을 통해 스마트 미디어시대 광고산업 육성전략을 마련할 예정이다. 끝.