

경향신문 초청 회원 간담회

한국광고주협회는 경향신문을 초청해 기업과 언론 간 소통을 위한 회원 간담회를 개최한다. 이번 간담회에는 경향신문 경영진과 편집국 간부진이 참석해 국내 주요 경제 현안과 보도·편집 방향 등에 대해 의견을 나눌 예정이다. 간담회는 9월 10일(목) 오전 7시 30분 웨스틴 조선 서울에서 열린다.

2026 한국광고주대회

한국광고주협회는 오는 10월 22일(목) 웨스틴 조선 서울에서 '2026 한국광고주대회'를 개최한다. 한국광고주대회는 광고주와 매체사, 광고회사, 학계 등 광고·미디어 산업 관계자들이 한 자리에 모여 산업의 발전 방향을 모색하고 교류하는 자리다. 이날 행사에서는 광고·미디어 시장의 주요 현안을 다루는 세미나와 함께 '광고주의 밤' 행사가 진행될 예정이다. 광고주의 밤에서는 한 해 동안 우수한 성과를 거둔 신문 기획기사와 방송 프로그램, 마케터 등을 선정하는 '2026 KAA Awards' 시상식도 열린다.



2026 홍보 전략 워크숍

한국광고주협회는 오는 11월 4일(수) 아미드호텔 서울에서 기업 홍보 실무자를 대상으로 '2026 홍보전략워크숍'을 개최한다. 이번 워크숍은 생성형 AI 확산과 유튜브·브랜드 콘텐츠의 영향력 확대 등 빠르게 변화하는 홍보 환경에 대응하고, 현장에서 활용할 수 있는 실질적인 전략과 사례를 공유하기 위해 마련됐다. 다양한 분야의 전문가들이 연사로 참여해 AI 시대 기업 홍보 전략부터 기업 유튜브 채널 및 브랜드 콘텐츠 기획·운영 노하우, 홍보 실무에서 발생할 수 있는 법적 쟁점과 대응 방안 등을 다룰 예정이다.

강연자(안)	주 제(안)	시 간
일일칠 유튜브 지윤미 총괄PD 외 2인	· 우리 회사 유튜브 채널, 어떻게 운영해야 할까 - 구독자를 높이는 기업 유튜브 콘텐츠 기획 키포인트 - 콘텐츠에 기업 메시지를 자연스럽게 담아내는 법	10:00~11:00
주민건 체인시프트 대표	· AI는 우리 회사를 어떻게 설명하는가: GEO 전략 - GEO가 바꾸는 브랜드 노출 전략 - AI에게 선택받는 기업 정보는 어떻게 만들어지나	11:10~12:10
점심 / 휴식		12:10~13:30
정욱 매일경제 산업부장	· 기자는 어디에서 '기사 가치'를 보는가 - 산업부 기자가 보는 기업 이슈의 기사화 기준 - 언론 환경 변화에 맞춘 기업 홍보 메시지 전달법	13:40~14:40
에그이즈커밍 고종석 대표	· 에그이즈커밍이 말하는 콘텐츠 트렌드와 미래 전략 - 에그이즈커밍 성장과정과 미래생존전략 - 채널을 성장시키는 콘텐츠 기획 키포인트	14:50~15:50
송동현 밍글스폰 대표	· 위기 앞에 선 기업, 어떻게 대처해야 할까 - 기업의 주의해야 할 위기 대응법과 적합한 대처법 - 진정성 있는 기업·CEO 입장문 작성 방법	16:00~17:00

광고계 뉴스



MAD STARS 2026 (2026 부산국제마케팅광고제) 성황리 막 내려

아시아 최대 규모의 마케팅·광고·디지털 콘텐츠 국제 행사인 MAD STARS 2026(2026 부산국제마케팅광고제)이 8월 26일(수)부터 28일(금)까지 시그니엘 부산과 해운대 일원에서 개최됐다. 올해로 19회를 맞은 MAD STARS는 ‘AMPLIFY, 가능성을 증폭하라’를 주제로, 창의적인 아이디어가 실질적인 영향력으로 확장되고 새로운 가능성을 만들어가는 과정을 조명했다.

올해 MAD STARS에는 전 세계 광고·마케팅·디지털 콘텐츠 전문가들이 한자리에 모여 최신 산업 동향과 시장의 핵심 과제를 공유하고, 이를 해결하기 위한 크리에이티브 솔루션을 모색했다. 행사는 △공식행사 △컨퍼런스 △전시 △경진대회 등으로 구성됐으며, 업계가 직면한 주요 현안을 다양한 관점에서 다뤘다.

컨퍼런스에서는 급변하는 시장 환경 속에서 브랜드가 지속적으로 성장하기 위한 전략을 비롯해 AI가 변화시키는 마케팅과 콘텐츠 제작 방식, 세대와 소비자 행동 변화에 대응하는 브랜드 커뮤니케이션 전략 등 산업 전반의 핵심 과제를 심도 있게 다뤘다.

기조연설에는 세계적인 마케팅 전문가와 글로벌 크리에이티브 리더들이 나섰다. 올해 MAD STARS 국제명예상 수상자인 라자 라자만나르(Raja Rajamannar) 마스터카드 시니어 펠로우(전 최고마케팅 커뮤니케이션책임자)는 기존의 마케팅 법칙이 더 이상 유효하지 않은 환경에서 브랜드가 성장하는 방법과 마케팅의 미래 방향을 제시했다.

이어 타라 맥켄티(Tara McKenty) AKQA 최고크리에이티브 책임자(CCO)는 구글 아시아태평양 크리에이티브 헤드로 10년간 기술 기반 프로젝트를 이끌어온 경험을 바탕으로, 기술과 창의성을 결합해 아이디어의 실행력과 영향력을 극대화하는 방법을 공유했다.

이 밖에도 Dentsu, Netflix, Monks, Ogilvy, Pyler, Publicis, Unilever 등 글로벌 브랜드와 광고회사, 테크 기업의 전문가들이 연사로 참여해 현장 경험을 바탕으로 한 실무 인사이트를 전달했다.

올해 처음으로 전문가 부문 본선 진출작 전시에는 AI 기반

다국어 번역 기술도 도입됐다. 작품 이미지 속 문구와 영상 음성, 출품 정보를 한국어와 영어뿐 아니라 일본어, 중국어, 스페인어, 태국어, 타갈로그어 등 다양한 언어로 제공했다. 단순 번역을 넘어 캠페인의 의도와 문화적 맥락까지 고려함으로써 글로벌 참관객들이 언어의 장벽 없이 작품의 핵심 메시지와 크리에이티브 전략을 이해할 수 있도록 했다.

전 세계 신진 크리에이터를 발굴·육성하기 위한 경진대회인 ‘영스타즈’(대학생 대상)와 ‘뉴스타즈’(주니어 광고인 대상)의 본선 경연도 진행됐다. 참가자들은 현장에서 발표된 주제를 바탕으로 제한시간 30시간 동안 캠페인을 기획하며 각자의 전략과 크리에이티브 역량을 겨뤘다.

박태열 MAD STARS 공동 집행위원장은 “AI 기술의 확산과 소비자 접점의 다변화로 오늘날 광고·마케팅 산업은 단순한 아이디어의 독창성을 넘어 실행력과 비즈니스 성과까지 입증해야 하는 시점”이라며 “올해 주제인 ‘AMPLIFY’가 뜻하는 바와 같이 MAD STARS 2026이 창의적인 아이디어를 실질적인 영향력으로 확장하고 새로운 협업 기회를 발견하는 교두보가 되었기를 바란다”고 밝혔다.

MAD STARS 2026은 8월 26일부터 28일까지 시그니엘 부산과 해운대 일원에서 진행됐으며, 자세한 내용은 공식 누리집에서 확인할 수 있다.

