

대한민국 광고대상

대한민국광고대상 개요 | Korea Advertising Awards

1981년 한국방송광고대상의 후신으로 1994년부터 한국광고총연합회(구 한국광고협회, 한국광고단체연합회)에 의해 대대적인 개편을 통해 새로운 광고상으로 거듭난 한국 광고계의 최고 권위의 광고상입니다. 매년 각 광고회사에서 업선한 약 1,000여 편의 작품들이 출품되고 있습니다. 대한민국광고대상은 국내 유일의 TV, 라디오, 신문, 잡지, 옥외광고 등 전 광고 매체를 아우르는 광고상입니다. 시대의 변화에 걸맞게 2001년도 부터는 온라인 등 뉴미디어에 대한 시상도 추가하였으며, 더불어 2010년대 부터는 디자인, 통합캠페인 등 급변하는 광고 방식과 매체를 포용함으로써 명실상부한 최고의 광고 시상사업으로 거듭나고 있습니다.

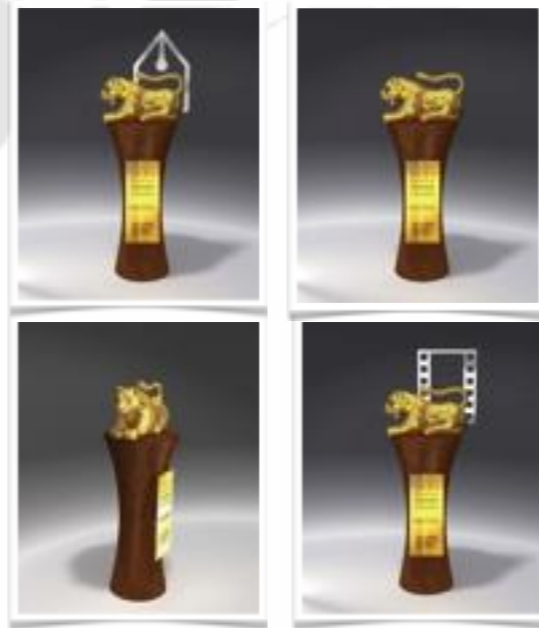
총 8개 부문에 대한 대상과 10개 세부 부문에 대한 금, 은, 동상 및 9개 부문에 대한 특별상을 시상하고 있습니다. 대한민국광고대상의 심사는 총 3단계에 걸쳐서 이루어집니다. 출품된 작품들을 대상으로 온라인 사전 심사를 통해 예심에 선정될 작품들을 선발하게 되며 이후 총 28인의 전문가로 구성된 예심 심사위원회를 통해 본심에 선정될 작품들을 선정하여, 최종 28인으로 구성된 본심 심사위원회에서 각각의 부문에 대한 대상, 금, 은, 동상이 선정됩니다.

상징물 | Symbol & Trophy

대한민국광고대상은 영물이라고 알려진 호랑이를 상징물로 하고 있습니다. 이러한 상징성은 국내 최고의 광고물이라는 의미를 담은 것이며, 이는 시상식 및 각종 제작물을 통해 표현되고 있습니다. 특히 대한민국광고대상의 트로피는 호랑이의 형상을 본 떠 행사의 전통성과 대표성을 표현하고 있습니다.



Symbol



Trophy



Trophy



대한민국광고대상



2016년 대한민국광고대상 포스터 | Korea Advertising Awards

| 기획/디자인 “대홍기획”



응모요강

Rules & Regulations

출품안내		부문별 작품 제출시 유의사항		심사방식/심사기준	
접수일정 및 방식	7	영상 부문 (Film)	13	심사방식	31
출품자격 및 요건	7	라디오 부문 (Radio)	13	심사기준 및 유의사항	32
출품료	8	인쇄 부문 (Print)	14	본심상정작 구비서류	33
출품 카테고리	9	옥외광고 부문 (Outdoor)	15	기타유의사항	33
출품시 유의사항	10	온라인 부문 (Online)	18		
		디자인 부문 (Design)	22		
		프로모션 부문 (Promotion)	25		
		통합 미디어 캠페인 부문 (Integrated Ad)	26		
		특별상 부문	27		

대한민국 광고대상

접수일정 및 방식	7
출품자격 및 요건	7
출품료	8
출품 카테고리	9
출품시 유의사항	10

접수 일정 및 방법

접수기간 | 2016년 9월 1일(목) ~ 9월 5일(월)까지 총 5일간

접수방법 | '광고정보센터' (<http://adawards.ad.co.kr>) 에서 온라인을 통한 접수

접수관련문의 | 한국광고총연합회 사무처 대한민국광고대상 담당자 임채원 과장 (전화 02-2144-0775)

출품 자격 및 요건

출품자격 | 2015년 9월 1일부터 2016년 8월 31일 사이에 국내 매체 또는 내국인을 대상으로 하는
온라인 매체에 집행된 광고물로 한정

- ※ 외국 광고회사에서 제작한 글로벌 소재를 국내에서 집행만 한 경우에는 출품 불가(공동 기획 및 제작인 경우에는 출품 가능)
- ※ 특별상 - 해외집행광고는 시행요강의 별도 출품 자격 확인

출품요건 | 출품은 광고주, 광고회사, 제작사 등 출품작품에 관련된 회사들이 공동으로 출품하는 것을 원칙으로
하되 광고주, 광고회사, 제작사 중 출품하고자 하는 회사의 대표자 명의로 출품해야 합니다.

출품료

구분	금액	비고
단발광고	1편당 7만원 (VAT 별도)	매체불문 1작품 출품시 (온라인 부문 제외)
온라인광고	1출품당 10만원 (VAT 별도)	온라인 부문 출품의 경우 단발, 시리즈 구분 없이 일괄 적용
시리즈광고	1시리즈 13만원 (VAT 별도)	매체불문 2작품 이상의 시리즈 광고 출품시 (온라인 부문 제외)
통합미디어 광고 캠페인	1캠페인 당 16만원 (VAT 별도)	통합미디어광고캠페인부문 출품작 및 특별상 부문에 3개 이상의 매체를 사용한 캠페인 출품시

- 시리즈 광고 출품 기준 : 1. 광고상품, 매체, 컨셉이 동일한 광고 / 2. 표현요소, 기법의 연속성이 인정되는 광고
출품편수 및 시리즈 구성은 출품사가 자율적으로 판단하여 제출함. 단, 수상작으로 선정될 경우, **시리즈물 중 1편만 단발광고로 출품한 경우 해당 작품에 한해서만 수상작으로 인정함.**
- 통합미디어는 3개 이상의 매체(ex. TV, 인쇄, 온라인 매체)를 사용한 캠페인 출품시 적용, 3개 매체 미만인 경우 시리즈물로 출품
*** 매체별 기준이기 때문에 온라인 매체(브랜드사이트, 유튜브, 페이스북 캠페인 등)는 통합하여 1개 매체로 인정**
- 통합미디어 출품은 일반 부문에서는 **‘통합미디어광고캠페인’**, 특별상 부문에서는 **‘해외집행’, ‘공익광고’, ‘정부/공공부문’**이 해당

출품 카테고리

구분	설명	
영상광고	TV를 통해 집행된 영상 광고물 (지상파, 케이블, 종편 등)	
	TV를 제외한 웹사이트 및 각종 바이럴용 영상광고, 극장 전용 광고 등	
인쇄광고	신문, 잡지, 포스터 등 각종 인쇄광고물	
라디오광고	각종 라디오 및 웹 오디오 방송 등을 위해 제작된 광고물	
옥외광고	옥외 및 옥내 광고물, 각종 야립, POP 등	
온라인광고	모든 온라인 매체에 해당하며 제작물의 크리에이티브를 평가	
	모든 온라인 매체에 해당하며 캠페인의 전략을 대상으로 평가	
디자인	각종 광고를 위한 인쇄/판촉물 디자인 및 기념품 등 제품 디자인 / 제품을 홍보를 위한 소개서 및 브로셔 등	
프로모션	이벤트 및 전시 부스, 가두 캠페인 등	
통합미디어 광고캠페인	복수매체 (Media Mix)를 이용한 광고 캠페인 / 특정 주제/소재/제품의 통일성 유지	
특별상	영상기법	영상광고물 중 3D 또는 촬영기법이 부각되는 광고물, 영상광고와 중복 출품 가능
	이미지기법	인쇄광고물 중 그래픽 및 사진기법이 부각되는 광고물, 인쇄광고와 중복 출품 가능
	광고음악	로고송, 징글 등 광고를 위해 제작된 음악 출품 가능
해외집행광고	국내 광고회사(해외법인)에서 기획 혹은 제작되었으며, 해외 매체 또는 장소를 통해 집행된 광고물 출품 가능	
공익광고	광고 주체와 상관없이 공익성있는 주제를 바탕으로 집행된 광고물, 다른 분야와 중복 출품 가능	
공공/정부광고	광고 주체가 정부/공공기관인 광고물, 중앙정부/지방자치단체 /공기업 및 기타로 나누어 출품하며, 공익광고 및 타 분야와 중복출품 가능	
신유형광고	양방향 광고 등 신유형 미디어 커뮤니케이션을 전제하였거나, 기능하는 모든 광고물 출품 가능	
심사위원 특별상	비출품 분야, 심사위원회 논의를 통해서 의미 깊은 작품에게 수여	
광고인이 뽑은 모델상	비출품 분야, 한해동안 광고를 빛낸 광고모델을 온라인 투표와 심사위원회 논의를 통해서 선발	

* 해외집행광고를 제외한 전부분의 경우 중복출품 및 중복수상이 가능함.

출품 유의사항

- 전용 작품접수 사이트를 통한 출품 | 모든 접수 및 결제는 광고정보센터 (<http://adawards.ad.co.kr>)에서 진행
- 출품 분야 선택 및 정보 입력시 유의사항

- 1) 부문별 중복 출품 가능
 - TV광고는 영상(Film) 부문과 영상기법(Craft) 부문에 중복 출품 가능
 - DOOH 광고는 영상(Film) 부문과 옥외 (OutDoor) 부문에 중복 출품 가능
 - 매체에 제한을 두지 않는 특별상 부문(ex. 공익광고, 해외집행광고) 등에는 모든 작품 중복 출품 가능
- 2) 작품 업로드시 유의점 : 광고주 및 제품이 동일하더라도 광고 내용이 다를 경우 각각 개별 작품으로 출품
- 3) 온라인 접수시 필요한 기재사항 (작품 접수 전 아래 기재사항을 사전에 확인하신 후 출품하시기 바랍니다.)
 - 출품부문, 단발/시리즈/통합미디어 선택, 편수(시리즈) 입력, 브랜드명, 제품명, 작품명, 사이즈/규격(초/mm/단), 집행일(월/일), 집행매체(매체명)
 - 광고주명, 광고주 연락처, 광고회사명, 광고회사 연락처, 제작사명, 제작사 연락처, 광고정보센터 등재여부
 - AE / CD / CW / PD / AD, 감독, 편집, 녹음, 사진(스튜디오), 음악, 기타 스텝명 (복수기재/신규직책 기재 가능)
- 4) 정보 입력시 유의사항
 - 스텝명은 부상 및 작품집에 기록되는 정보이오니 정확하게 입력하여 주시길 바랍니다, 또한 한번 기재된 스텝명은 수정할 수 없습니다.
 - 출품작품의 제목, 규격 등은 가능한 자세하고, 정확하게 입력하여 주시기 바랍니다.
 - 입력된 정보가 업로드한 작품과 동일한지 반드시 확인하여 주시기 바랍니다. 한번 출품 완료된 작품은 수정할 수 없습니다.
 - 30편 이상의 대량 출품의 경우, 별도 정보 입력을 위한 엑셀파일을 제공하오니 사무처로 문의 바랍니다.

출품 유의사항

3. 작품 파일 업로드시 유의 사항

- 1) 제출되는 작품 파일의 규격을 반드시 준수하여 주시기 바랍니다. (전 부문 공통)
 - 영상 파일 : FLV/WMV(720픽셀 이하), 편당 300MB 이하
 - 이미지 파일 : JPEG(RGB모드만 가능, 집행원본 또는 실사본, 3,000픽셀 이하), 편당 10MB 이하
 - 음성 파일 : WMA, 편당 10MB 이하
 - 온라인 파일 : HTML(URL포함), 편당 500MB 이하(초과시 별도CD 제출)
- 2) 각 부문별 세부 작품 제출 요령은 시행요강을 참고하여 주시기 바라며, 작품 파일 규격의 미달로 인해 심사의 불이익이 발생할 경우, 본 사무처에서 책임지지 않음을 알려드립니다.
- 3) 작품파일 업로드 후 온라인 상에서 파일이 제대로 재생되는지 확인하시기 바랍니다.
- 4) 파일명은 영문으로 제출함을 원칙으로 하며, HTML 서버 구현시 영문 대소문자 구분이 있으니 구성 시 주의 바랍니다.
- 5) 파일 규격을 벗어난 경우(용량 및 사이즈 초과, CMYK 사용 등) 심사시 재생이 원활하지 않아 불이익을 받을 수 있습니다.

4. 출품료 결제

- 작품 접수 전 반드시 등록할 작품 파일과 출품 정보를 준비해 주십시오.
- 작품 접수는 출품료 결제까지 완료되어야 접수가 완료되오니 유의하시기 바랍니다.
- 출품료의 경우 신용카드, 실시간 계좌이체, 가상계좌 입금의 방식이 제공됩니다.
- 작품 접수를 위해서는 광고정보센터 회원가입이 되어 있어야 하며, 기업의 사업자등록번호가 필수 입력사항이오니 사전에 준비하여 주시기 바랍니다.

부문별 작품 제출시 유의사항



- 영상 부문 (Film) 13
- 라디오 부문 (Radio) 13
- 인쇄 부문 (Print) 14
- 옥외광고 부문 (Outdoor) 15
- 온라인 부문 (Online) 18
- 디자인 부문 (Design) 22
- 프로모션 부문 (Promotion) 25
- 통합 미디어 캠페인 부문 (Integrated Ad) 26
- 특별상 부문 27

부문별 작품 제출시 유의사항

영상부문 (Film)

영상부문은 세부 부문으로 “TV부문”과 “동영상 부문(비TV)” 으로 나뉩니다.

1) 상세 카테고리

구분	설명
영상광고 TV부문	지상파, 케이블, DMB, IPTV 등을 통해서 집행된 영상 광고물
동영상부문	온라인용 CF, 극장광고, OOH광고, 전광방송광고 등 TV외의 매체에서 집행된 CF - TV부문 출품작과 동일한 작품은 본 부문에 출품이 불가합니다.(편집 및 길이가 다른 경우 가능)

2) 작품 파일 형식 : 플래쉬 flv 파일 또는 wmv 파일

3) 작품 규격 : 가로 720픽셀 이하, 편당 최대 용량 300MB 이하

4) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “본심 상정작 구비서류” 페이지 참조

라디오 부문 (Radio)

라디오 부문은 지상파를 비롯한 각종 라디오를 통해 집행된 음향광고물이 출품가능합니다.

1) 작품 파일 형식 : wma파일

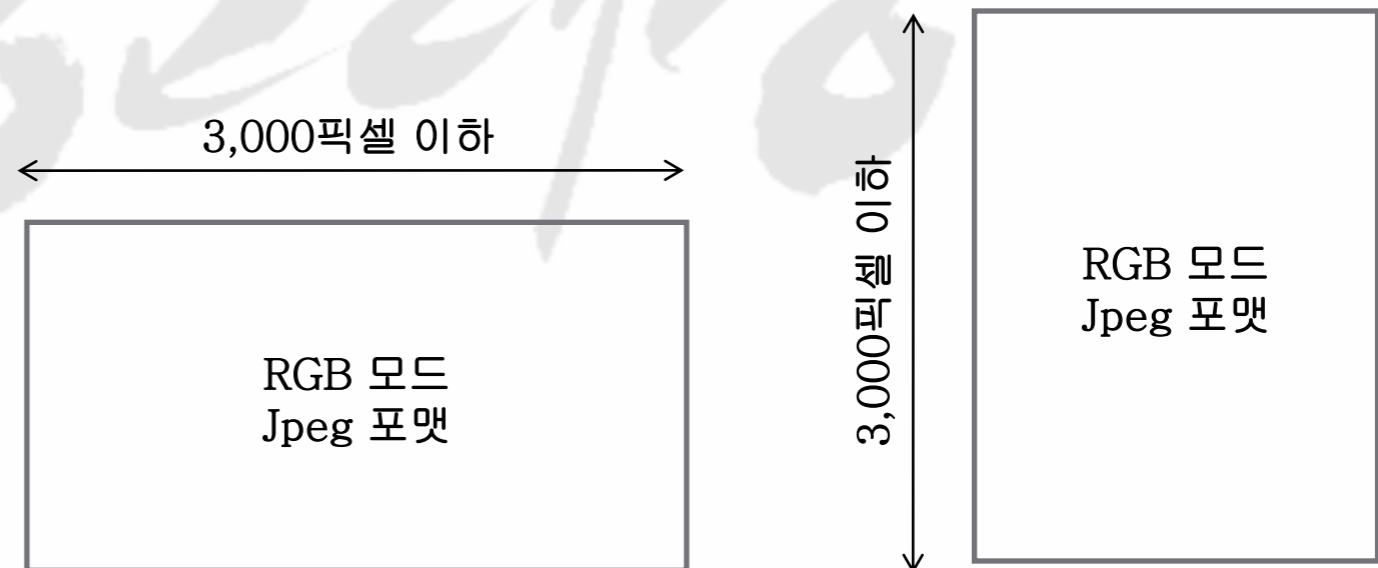
2) 작품 규격 : 편당 최대 용량 10MB 이하

부문별 작품 제출시 유의사항

인쇄부문 (Print)

인쇄부문은 신문, 잡지 또는 포스터 등 인쇄를 기본으로 하는 광고 작품을 출품할 수 있습니다.

- 1) 작품 파일 형식 : jpeg 규격 (확장자 *.jpg여야 하며, 반드시 RGB 모드로 제출하여야함. **CMYK모드시 심사 시스템에서 인식 불가**)
- 2) 작품 규격 : 가로, 세로 중 긴 면의 길이가 3,000픽셀 이하로 사이즈를 조정하여 제출하여야 하며, 편당 최대 용량 10MB 이하
- 3) 유의 사항 : 잡지 광고물의 경우 발행 일자 기준으로 8월 31일 이전에 출판된 광고물에 한함.
- 3) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “본심 상정작 구비서류” 페이지 참조



부문별 작품 제출시 유의사항

옥외광고 부문 (Outdoor)

옥외광고 부문은 야립, 돌출, POP, 버스쉘터, 랩핑, 교통시설 이용물, 스크린 도어 등 옥외 또는 옥내 시설을 이용한 다양한 광고 작품을 출품할 수 있습니다.

- 1) 작품제출 방법 : 해당 옥외광고물을 촬영한 영상물(실제 집행중)이나 현장 사진등을 제출하여야 하며, 랩핑/버스쉘터의 이미지를 활용한 광고의 경우 추가적으로 해당 작품 파일을 제출할 수 있습니다.
- 2) 작품 파일 형식
 - 영상물 : 플래쉬 flv 또는 wmv 포맷의 파일 / 규격 : 가로 720픽셀 이하 총 320MB 용량 이하
 - 사진/인쇄물 : jpeg 규격 (확장자 *.jpg여야 하며, 반드시 RGB 모드로 제출하여야함. **CMYK모드시 심사 시스템에서 인식 불가**)
편당 최대 10MB 이하
 - 오디오 : wma 포맷, 최대 10MB 이하
- 3) 유의 사항 : 해당 광고물이 옥외에서 집행된 형태 및 전체적인 맥락을 파악할 수 있도록 제출하여야 함.
- 4) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “본심 상정작 구비서류” 페이지 참조

부문별 작품 제출시 유의사항

옥외광고 부문 (Outdoor)

2015년도 출품 예시

THE HIGHLIGHT

BACKGROUND
 평범한 가장 많이 쓰는 것은 스포츠, 아이스크림도 평범에 대한 권리가 가장 낮은 세이기도 하다
 젊은 사람들이 평범하면, 권부일어나는 특별한 발구그라운드 그이므로 아니다

IDEA
 평범의 유용성을 재발견해 우리가 무성한 카운터의 아이러니가 되는 무언무수 할당 개념으로 젊은 포스트를 재발견
 이 포스트는 젊은 사람들이 자주 가는 클럽에 붙여졌다. 밤을 때는 드러나지 않지만 카운터의 전체, 클럽의 평범이 커져서 아이러니가 빛 안에서 빛이난다

RESULT
 우리의 포스트는 중요한 밤이 아이러니가 되었다. 우리의 활동은 우리를 통해 알게 되었다. 그리고 시공간은 더 이상 평범한 시공간이 평범한 것으로 OP (외출)이다

monami

부문별 작품 제출시 유의사항

옥외광고 부문 (Outdoor)

2015년도 출품 예시

An outdoor advertisement for Woongjin. The main visual is a child's face peering through a triangular hole in a cardboard box. The child has a red 'REC' indicator over their eye, suggesting a CCTV recording. The headline reads 'INERASABLE MEMORY.' Below this, there are three paragraphs of Korean text. To the right of the text is a small graphic of a white arrow pointing up and right, with a small image of the child's face inside it. At the bottom, there are four small images showing different views of the cardboard box installation in a hallway. The Woongjin logo is at the bottom left.

When you share a child's memory, it's forever. woongjin

INERASABLE MEMORY.

대한민국에서는 최근, 한 어린이 집의 아동폭력 CCTV영상이 공개됨으로써 아동폭력에 대한 사회적 관심이 그 어느 때보다 뜨거운 상태이며, 어린이 집 CCTV 설치 의무화에 대한 법률 제정까지 논의되고 있는 상황이다.

이 시기에 맞춰, 아이들의 교육을 담당하는 공진에서는 아동폭력 근절 캠페인을 전개하였고, 본 포스터는 그 캠페인의 일환으로 제작되었다.

내부분의 아동폭력은 사람들의 시선이 닿지 않는 시각지대에서 벌어진다는 점과 폭력을 당한 기억은 아이의 머릿속에서 영원히 지워지지 않는다는 메시지를 극적으로 보여주기 위해 포스터의 형태를 변형하여 CCTV위치에 부착하였다.

woongjin

woongjin sponsoring child safety & education

부문별 작품 제출시 유의사항

온라인 부문 (Online)

온라인 부문은 세부 부문으로 “디지털 크리에이티브”와 “디지털 캠페인”부문으로 나뉩니다.

1) 상세 카테고리

구분	설명
온라인 광고 - 디지털 크리에이티브	모든 온라인 매체에 해당하며 제작물의 크리에이티브를 평가
디지털 캠페인	모든 온라인 매체에 해당하며 캠페인의 전략을 대상으로 평가

2) 작품 파일 형식 : 아래 조건의 파일을 동시에 제출 가능

- 영상물 : 플래쉬 flv 또는 wmv 포맷의 파일 / 규격 : 가로 720픽셀 이하 총 320MB 용량 이하
- 이미지 : jpeg 규격 (확장자 *.jpg여야 하며, 반드시 RGB 모드로 제출하여야함. CMYK모드시 심사시스템에서인식불가) 편당 최대 10MB 이하
- html : 하단 규격 및 유의 사항 참고
- PPT : 배경/기획의도/전략/결과 등에 대한 설명자료 (디지털 캠페인 부문에만 해당)

가) html 작품제출 시 방법

- LOCAL PC에서 실행이 가능하도록 html파일을 구성하여 제출 (총 500MB 이하, Zip으로 묶어서 제출)
- 단, 시작페이지는 반드시 “index.html”로 설정해야 함. (확장자가 htm이거나 대문자로 작성할 경우 재생이 불가할 수 있음)
- 작품 심사시 웹 페이지를 시작하는 것과 동일한 방식으로 index.html로 시작해서 각 메뉴 및 각종 링크 등이 구현가능도록 구성
- 위와 같은 구현을 위해 경로는 기본 폴더로부터 상대경로로 설정해야 함. 예)

나) 확장형 배너 광고의 경우, 광고가 집행된 사이트를 배경으로 실제로 로컬 PC에서 구현될 수 있도록 구성해주시요.

부문별 작품 제출시 유의사항

온라인 부문 (Online)

3) 유의 사항

가) html 형태로 작품과 소스 등이 포함된 폴더를 영문명을 갖는 Zip으로 압축하여 업로드하시면 됩니다.

※ html 소스 안에 있는 개별파일 링크는 반드시 상대패스로 작성 바랍니다.(절대패스로 되어 있는 경우 심사용 서버에서 정상적인 실행이 되지 않을 수 있습니다.)

나) 파일 등록 후 정상 실행 여부를 반드시 확인해주시기 바랍니다.(접수페이지 확인기능)

※ 용량 문제 등 기술적인 문제로 오프라인 구성 불가 시, URL 및 주요 스크린 샷 제출 가능 (단, 해당 작품이 심사일까지 집행되고 있어야 함)

※ 위와 같은 형식으로 제출할 경우, 반드시 해당 웹사이트가 오픈가능한지 확인하여야 하며 심사당일 오류로 인하여 탈락할 경우는

사무처에서 책임지지 않음을 알려드립니다. (URL 제출시에도 index.html은 제작하여 제출하여야 하며, 심사일정은 별도 문의 바랍니다.)

다) 사이트 또는 배너 등의 페이지가 여러 개인 경우 한 개의 index.html을 통해서 연결되도록 제작 요망, 여러개의 index.html을 가지거나 다수의 폴더를 단순 압축한 경우 심사 시 구현이 불가 합니다.

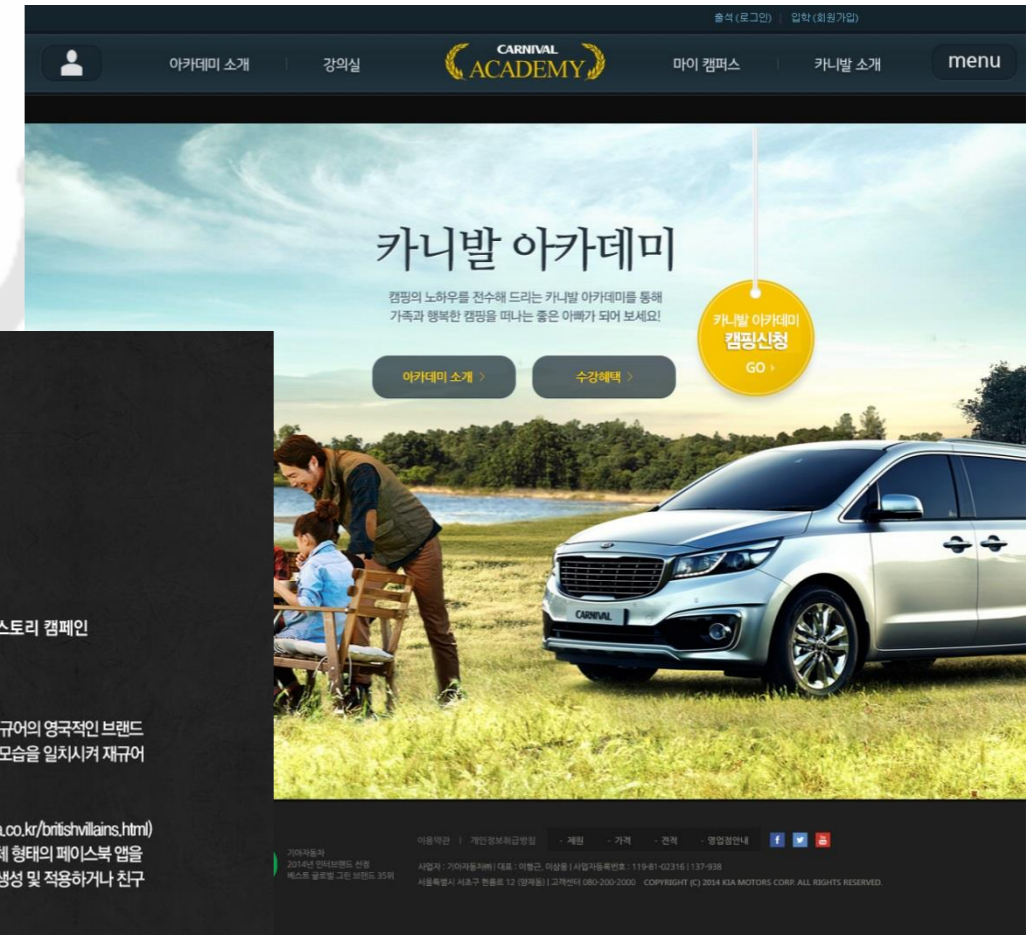
부문별 작품 제출시 유의사항

온라인 부문 (Online)

html 형태 출품 예시

* 출품 index.html 파일을 오픈할 때
캠페인 페이지로 바로 오픈

* 출품 index.html 파일을 오픈할 때
캠페인 설명 페이지로 오픈 가능



컨셉
IT'S GOOD TO BE BAD, 나쁜 것이 더 매력적인 이유 궁금하지 않은가?
재규어 홈페이지와 페이스북 앱을 통해 F-TYPE COUPE의 매력적인 요소들을 특별히 경험해볼 수 있는 스토리 캠페인

기획의도
할리우드 영화 속 최고의 악역으로 영국 배우들이 관객들의 뇌리에 깊이 인식되어 진다는 것을 모티브로 착안하여, 재규어의 영국적인 브랜드 아이덴티티를 전달하고, 지성과 불굴의 의지를 갖춘 매력적인 악역 캐릭터의 모습과 재규어 F-TYPE COUPE의 모습을 일치시켜 재규어 자동차의 강력한 이미지를 전달.

브리티시 빌라인스(British Villains) 스토리 라인을 갖춘 재규어 홈페이지 내, ControlRoom (http://www.jaguar.com/britishvillains.html) 으로 유입을 유도하고, 재규어 F-TYPE COUPE에 대한 인지도를 높이기 위해, 악당스러운 카피 문구가 적용된 대화체 형태의 페이스북 앱을 제작하여 자신의 페이스북 프로필 이미지 또는 PC/MOBILE 사진을 활용한 나만의 독특한 페이스북 커버 이미지를 생성 및 적용하거나 친구에게 선물 및 공유함으로써 ALIVE 4.0 IT'S GOOD TO BE BAD 캠페인 참여와 확산 유도.

최종성과

페이스북 앱 참여자	페이스북 팬 증가수	미디어 광고 노출	JDx 방문수 (UV)
1,769 명	53,422 명	42,358,033 회	147,661 명

Facebook App | F-TYPE COUPE | Flash Banner

부문별 작품 제출시 유의사항

디자인 부문 (Design)

디자인 부문은 홍보용 브로슈어, DM등 인쇄를 포함하여, 기념품/홍보용 제품 등을 포괄적으로 출품할 수 있습니다.

- 1) 작품 파일 형식 : jpeg 규격 (확장자 *.jpg여야 하며, 반드시 RGB 모드로 제출하여야 함. **CMYK모드시 심사 시스템에서 인식 불가**)
- 2) 작품 규격 : 가로, 세로 중 긴 면의 길이가 3,000픽셀 이하로 사이즈를 조정하여 제출하여야 하며, 편당 최대 용량 10MB 이하
실사본이 반드시 포함되어야 하며, 다각도에서 촬영한 사진 최소 3장 이상
- 3) 유의 사항
 - 가) 작품 구현에 필수적인 경우 실물의 제출이 가능합니다. (사전 문의 바랍니다.)
 - 나) 작품의 다양한 Variations를 함께 제출할 경우, 출품료는 시리즈 광고로 적용됩니다.

부문별 작품 제출시 유의사항

디자인 부문 (Design)

2015년도 출품작 예시



* 출품작 이미지 파일에 작품의 다면촬영 이미지와 작품에 대한 간략한 설명 추가 가능

부문별 작품 제출시 유의사항

디자인 부문 (Design)

2015년도 출품작 예시

어둠 속에서도 손끝으로 읽는 따닥 공병

[TADOT Bottle]

CHALLENGE
시각장애인들이 일상 속에서 태깅 느끼고 있을 불편함은 무엇일까?
일상을 어려움 없이 스스로 돌볼 수 있도록 하지만 꼭 필요한 부분을 개선하자.

IDEA
사위를 할 때마다 전세계 37만 시각장애인들이
어둠 속에서 샴푸와 린스, 바디워시를 '보지 않고' 구분해야 하는 불편함을 겪는다.
는 대신 손으로 세상을 읽는 시각장애인들을 위한 제품을 개발하자.

SOLUTION
샴푸, 린스, 바디워시가 촉지 표기된 특수 옥실 공병을 제작했다.
시각장애인을 위한 접지는 물론, 국·영문 및 세 종류 점자블록체만이 병기되어,
점자를 모르는 비시각장애인들이도 촉지만으로 쉽게 구분할 수 있다.

따닥은 도서출판 점자 공회(이하)를 통한 온라인 펀딩으로 시각장애인들이 쉽게 다가갈 수 있고, 공평·비차별·공익·공정·시각장애인들에게 기부되는 1+1 기부 이벤트 등
중에 뜻깊은 구매장전을 제공, 비시각장애인들이에도 큰 호응을 받았다.

아주 작은 변화에 불과하지만, 우리는 일상 속 작은 부분부터 바꾸려는 움직임이 앞으로 시각
장애인들이 위한 큰 변화를 이룩할 거라 믿는다. 장애와 비장애의 경계 없이 누구나 기본적인
권리들을 스스로 쉽게 정확할 수 있을 때, 편견은 비로소 힘으로 변화하기 때문이다.

더 많은 것들이 손끝으로 읽히는 따뜻한 세상을 위해 - 따닥.

가르침 샴푸 공병 세정 린스 공병 향수 바디 공병

도서출판 점자

* 출품작 이미지 파일에 작품의 다면촬영 이미지와 작품의 기능 등에 대한 설명 추가 가능 ➡

부문별 작품 제출시 유의사항

프로모션 부문 (Promotion)

프로모션 부문은 샘플링/체험/콘서트/전시/페스티벌/이벤트/플래쉬몹 등 오프라인에서 집행된 캠페인을 출품할 수 있습니다. 단, 온/오프라인 캠페인이 연계된 경우 출품가능

1) 작품 파일 형식 : PPT파일 (자유양식, 해당 프로모션을 설명할 수 있는 내용으로 구성)

2) 광고물 제출

가) PPT파일 내에 동영상, 이미지 등이 삽입되도록 구성

※ MS 오피스 2010 버전 사용시 동영상 및 이미지를 pptx 파일에 포함 가능(2007 이하 버전에는 기능 없음)

부문별 작품 제출시 유의사항

통합 미디어 캠페인 부문 (Integrated Ad)

다양한 미디어믹스를 통해 집행된 광고 작품을 출품할 수 있습니다.

- 1) 작품 필수 요건 : 3종류 이상의 매체가 사용된 일련의 광고캠페인 심사
 - 집행 증명이 가능한 PPL의 경우 매체로 인정, 홍보를 통한 언론 노출은 매체로 미인정함
- 2) 작품 파일 형식 (아래 조건의 파일을 동시에 제출 가능)
 - 영상물 : 플래쉬 flv 또는 wmv 포맷의 파일 / 규격 : 가로 720픽셀 이하 총 320MB 용량 이하
 - 사진/인쇄물 : jpeg 규격 (확장자 *.jpg여야 하며, 반드시 RGB 모드로 제출하여야함. **CMYK모드시 심사 시스템에서 인식 불가**)
편당 최대 10MB 이하
 - 오디오 : wma 포맷, 최대 10MB 이하
 - html : 온라인 부문 제출방식 및 유의 사항 참고
 - PPT : 배경/기획의도/결과 등에 대한 설명자료로 제출 가능 (단, 슬라이드 5매 이내 분량, 초과시 일괄적으로 5페이지 이후 삭제)

부문별 작품 제출시 유의사항

특별상 부문

1) 영상/이미지 기법 (Craft)

크리에이티브의 표현 방식 및 기술에 관한 평가

구분	설명
영상기법	프로덕션 디자인, 연출, 촬영기술, 편집, 음악, 사운드 디자인, 특수 효과 및 컴퓨터 그래픽, 애니메이션 등 영상 기술/표현상의 크리에이티브를 심사함.
이미지기법	그래픽, 일러스트레이션, 타이포 그래피, 아트 디렉션 등 이미지 기술/표현 상의 크리에이티브를 심사함.

* 작품 파일 규격 및 출품 방식은 각각 일반부문 영상 부문과 인쇄 부문의 출품 방식과 동일함.

2) 해외 집행 광고

가) 국내 광고회사(해외법인)에서 기획 혹은 제작되었으며, 명확히 해외 시장을 타겟으로 하여 해외 매체 또는 장소를 통해 집행된 경우에만 출품 가능.

※ 국내 집행분과 동일한 소재인 경우 외국어 자막 등의 여부와 관계없이 일반 부문에 중복 출품하실 수 없습니다.

※ 유튜브 등 온라인 동영상 집행의 경우 국문을 혼용하지 않는 해외향 사이트나 계정의 경우만 인정

※ 외국인 관광객을 대상으로 하더라도 국내에서 집행된 광고물은 출품 불가합니다.

나) 매체형태의 제한은 없습니다.(매체 통합심사)

다) 작품 규격 : 일반 부문의 매체형태별 출품규격에 의합니다. (해당 매체부문 출품규격 참고)

부문별 작품 제출시 유의사항

특별상 부문

3) 공익광고 부문

- 가) 상업적 메시지가 없는 공익적 목적으로 제작한 광고 (광고 주체 불문)
- 나) 정규출품부문의 모든 광고형태가 출품 가능합니다.(매체 통합 심사)
- 다) 작품 규격 : 일반 부문의 매체형태별 출품규격에 의합니다. (해당 매체부문 출품규격 참고)

4) 공공/정부광고 (Public/Government)

- 가) 정부가 행하는 광고로 행정광고, 시책홍보광고, 의견광고, 긴급쟁점광고, 공익광고, 상품 및 서비스 광고 등의 목적으로 제작한 광고

구분	설명	비고
공공/정부광고	중앙정부	중앙정부 부처 또는 국가기관이 주체가 되어 집행한 광고물(매체 제한 없음)
	지방자치단체	지방자치단체가 주체가 되어 집행한 광고물(매체 제한 없음)
	공기업 및 기타	공사, 공단, 재단 등 공기업 및 기타 공공기관이 주체가 되어 집행한 광고물(매체 제한 없음)

- 나) 작품 규격 : 해당 매체부문의 출품 규격 참고
- 다) 출품 자격 : “정부광고 시행에 관한 규정”에 의거, 한국언론진흥재단을 통한 집행 증빙이 가능한 광고물

부문별 작품 제출시 유의사항

특별상 부문

5) 신유형광고

- 가) 양방향 광고 등 신유형 미디어 커뮤니케이션을 전제하였거나, 기능하는 모든 광고물
- 나) 집행매체나 형태의 제한은 없습니다.
- 다) 작품 규격 : FLV/WMV(720픽셀), WMA, HTML(온라인부문 유의사항 참고)
- ※ 상기 규격으로 구현이 불가능한 경우 사무국으로 문의 부탁드립니다.

6) 광고음악

- 가) 광고를 위해 제작된 모든 음원
- 나) 로고송, 징글, 기타 형태의 음원 출품 가능
- 다) 출품 규격 : 오디오 wma 포맷, 최대 10MB 이하
 - PPT : 배경/기획의도/결과 등에 대한 설명자료로 제출 가능

심사방식/심사기준

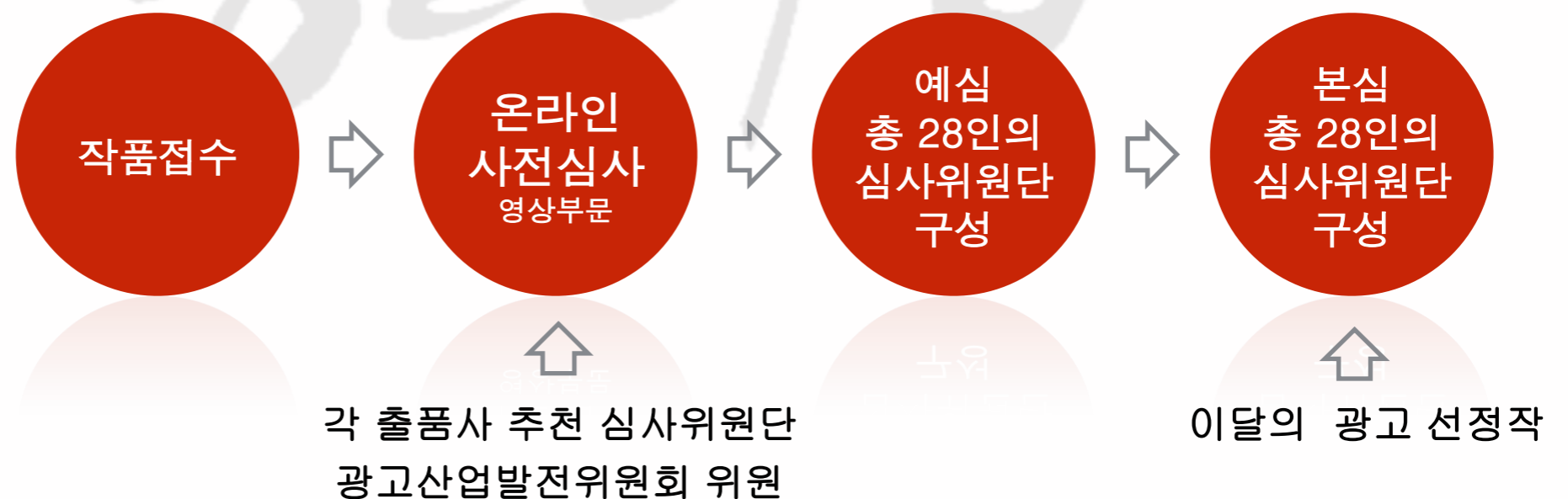
대한민국
광고대상

심사방식	30
심사기준 및 유의사항	31
본심상정작 구비서류	32
기타유의사항	32

심사방식

- 1) 온라인 사전심사 (영상 부문) 과 예심 및 본심 등 총 3차에 걸쳐 심사 진행
- 2) '이달의 광고' (한국광고총연합회 주최, 매월 선정) 에서 매월 베스트 작품으로 선정된 광고는 대한민국광고대상 본심에 자동 상정 (예심까지 자동 통과)
- 3) 예심은 고유의 "심사시스템"을 통해 심사위원들이 각 작품별로 9점 척도에 의해 평가를 진행하고, 이후 채점결과를 바탕으로 부문별 분과위원회의 논의를 통하여 최종 본심 상정작 선정 (최종 수상작의 3배수 선발)
- 4) 본심은 예심에서 상정된 작품들을 대상으로 "심사시스템"을 통해 9점 척도의 의한 평가 진행 후, 최종 수상작 선정을 위한 논의를 통해 심사위원 전원 합의제 방식으로 최종 수상작 선정
- 5) 해외집행광고(IAA특별상)의 경우 IAA 회의에서 심사를 통한 수상작 선정

| 대한민국광고대상 심사 프로세스



심사기준

심사기준의 아래와 같은 총 5가지 항목에 대해서 심사위원의 종합적인 판단을 통해 평가됩니다.
더불어, 각 부문별 목적성에 부합하는 정도가 심사 기준에 포함됩니다.

- 1) 크리에이티브의 독창성
- 2) 소구방법의 창의성 및 조화성
- 3) 상품 표현의 적합성
- 4) 광고 컨셉 전달의 정교성 및 상관성
- 5) 사회 반영적 표현성

* 출품시 위와 같은 요소가 잘 반영되고, 드러날 수 있도록 출품 분야 선정 등에 유의해 주시기 바랍니다.

본심 상정작 발표

- * 본심 상정작은 검증 절차를 거쳐 10월 중에 광고정보센터 및 대한민국광고대상 홈페이지를 통해 공지하며, 개별 통보 됩니다.
- * 본심 상정작은 실제 집행을 최대한 객관적으로 증빙할 수 있는 구비서류를 제출하여야 합니다.
- * 본 응모요강 및 출품에 관련된 자세한 내용은 광고정보센터를 통해 다운받을 수 있습니다.

본심 상정작 구비서류

- 영상 부문 : 광고물 방송일자 확인이 가능한 모든 문서가능 (베이스스 넷 화면 스크린샷 JPG 등 가능)
- 인쇄 부문 : 게재지의 게재면(제호, 게재일자 포함) 첨부 (게재면 복사/스캔/PDF출력물 등)
- 온라인 부문 : 게재기간 또는 게재일을 확인할 수 있는 증빙서류 사본 등
- 옥외 부문 : 실제 집행한 실사 촬영본 혹은 집행사실 확인서 등
- '광고정보센터(www.ad.co.kr)' 광고자료 코너에 등재된 광고물일 경우 해당 URL로 대체 가능
- 이 외에도 객관적으로 증빙 가능한 자료들인 경우 주최 측 자체 검증 후 인정 가능

기타 유의 사항

- 1) 출품작은 (사)한국광고총연합회에 귀속하며 반환하지 않습니다.
- 2) (사)한국광고총연합회는 출품된 작품에 대하여 관련회사의 허락 없이도 방영, 출판, 송신 등 사용할 수 있는 권리가 있습니다.
또한 대한민국광고대상 수상 작품집을(사)한국광고총연합회의 허락 없이 방영, 출판할 수 없습니다.
- 3) 본 수상작품을 게재, 방송시에는 주최 및 정확한 수상내용을 표기해야 합니다.
- 4) (사)한국광고총연합회는 수상작으로 결정, 시상완료 후에도 모방, 표절작품으로 판명되거나 실제 게재·방송된 소재를 수정한 사항 등 부적격한 상황 발견 시 수상을 취소하며 관련 상장, 트로피 등을 회수합니다.
- 5) 자세한 사항은 (사)한국광고총연합회 Tel : 02)2144-0775 로 문의 바랍니다. e-mail : adkor@ad.co.kr