

제30회 한국PR대상 공고

한국PR협회는 한국PR대상을 통해 매년 우수 PR 활동 사례 및 우수 실무자들을 발굴, 시상함으로써 PR의 가치 향상과 PR산업의 확대, PR활동의 질적 향상을 추구하고 있습니다. 또한 우수 사례 및 활동상을 대중에게 알림으로써 전문 산업 분야로서 PR에 대한 인식을 확고히 하며, PR인들의 자부심을 높이고 일반인들의 관심을 증대시키고자 합니다. 한국PR대상은 1993년 1회를 시작으로 올해 30회째 공모를 진행하고 있습니다.

1. 주요 일정

- 작품접수: 2022년 9월 19일(월) ~ 10월 14일(금) 18:00 마감
- 심사결과 발표: 2022년 11월 9일(수)
- 시상식: 2022년 11월 23일(수) PR인의 날 한국 PR 대상 시상식 *장소는 추후 공지

2. 출품 자격

- 국내 PR 업무에 종사하고 있는 기업, 공공기관, 단체, 개인 등이 국내에서 집행 또는 국내담당자가 해외에서 집행한 모든 PR 프로그램
- 2021년 1월 1일부터 2022년 9월 30일 사이에 진행된 PR 프로그램

3. 출품 부문

▶ PR 성공 사례 부문 (대상 및 22개 섹터별 최우수상)

한 해 동안 집행된 PR 또는 PR 관련 커뮤니케이션 우수 사례에 대한 시상

- 총 15개 카테고리(Category) 22개 Sector(섹터)

Category 1. 공공 PR

공공부문의 PR 캠페인으로 정부기관, 지자체, 공공기관 주체로 집행된 다양한 목적의 PR 캠페인

- Sector 1-1. 정부 PR : 정부 부처와 관련된 PR 활동

- Sector 1-2. 지방자치단체 PR : 지자체 관련 PR 활동
- Sector 1-3. 공공기관 PR : 정부 및 지자체의 산하기관, 투자기관 등 관련 PR 활동

Category 2. 비영리조직/NGO PR

사회복지기관, 자선단체나 대학 등 비영리기관의 PR 캠페인

Category 3. 공공/공익캠페인

기업, 정부기관 등의 공공성, 공익성을 중심으로 집행된 PR 캠페인

Category 4. 통합(IMC) 캠페인

언론홍보, 이벤트, 광고, 디지털마케팅 등 전통 미디어와 뉴미디어 등 다양한 미디어 채널을 통합적으로 활용하여 창의성을 발휘한 PR 캠페인

Category 5. 디지털 PR

유튜브, 페이스북, 인스타그램 등 다양한 디지털 미디어를 활용한 PR 캠페인. 디지털 공간에서 창의적인 콘텐츠를 활용해 소비자 및 잠재 소비자들과의 지속적인 관계 확산을 위한 PR 캠페인

Category 6. 이벤트/스폰서십

일정 기간 동안 특정 PR 목적을 가지고 단기적으로 행해지는 행사 및 스폰서십을 활용한 PR

Category 7. 위기관리 커뮤니케이션

조직 내외부의 위기 발생에 대비하거나 위기 발생 후 이를 효율적으로 극복하기 위해 위기 상황과 관련된 다양한 공중들을 대상으로 실시한 PR 커뮤니케이션

Category 8. 이미지 PR

대외적으로 기관이나 단체, 기업의 이미지를 제고하고, 다양한 공중들과 보다 나은 관계를 구축 유지 증진시키기 위한 일련의 PR 활동

Category 9. 마케팅 PR

PR의 전략과 전술을 이용해 마케팅 목표를 달성하기 위해 진행하는 PR 활동. 소비자들을 대상으로 제품이나 서비스의 인지도를 높이고 PR 활동을 통해서 소비자들과 우호적인 관계를 형성하는 활동

- Sector 9-1. 소비재 PR : 화장품, 음료, 술, 가구, 가전 등의 PR 활동
- Sector 9-2. B2B PR: 기업간 커뮤니케이션 활동

- Sector 9-3. 헬스케어 PR: 의약품, 의료, 질병, 병원 등 관련 PR 활동
- Sector 9-4. IT/기술 PR: 인터넷, IT, 자동차, AI, AR/VR 등 관련 PR 활동
- Sector 9-5. 엔터테인먼트/영화 PR : 노래, 연극, 콘서트, 영화 등에 관한 PR 활동
- Sector 9-6. 기타: 스포츠 및 기타 PR 활동

Category 10. 국제 PR

기업이나 기관, 정부가 다른 나라의 공중들과 상호 호혜적인 관계를 수립하기 위한 PR 활동

Category 11. HR 커뮤니케이션 (사내 커뮤니케이션, 조직 문화 PR)

조직의 내부 구성원들을 대상으로 온·오프라인을 창의적으로 활용한 사내 PR

Category 12. CSR/ESG 커뮤니케이션 (한국경영자총협회장상)

기업이 사회적 책임과 사회적 가치 창출을 위해 전개하는 PR 활동

Category 13. 투자자관계 (IR)

투자자들을 대상으로 하는 PR 커뮤니케이션. 주식 상장, 합병, 주식 가치 유지 등을 위한 PR 활동

Category 14. 지역사회 관계

지역사회 내 다양한 공중과의 관계를 적극적으로 유지, 개선하고 갈등을 회복시키는 PR 활동

Category 15. 평판관리

개인이나 기업, 조직 등이 다양한 커뮤니케이션 채널을 활용해 이미지를 구축, 유지, 관리하는 활동. 장기적이고 지속적인 관리로 명성을 쌓고 긍정적 여론을 확대하는 일련의 PR 활동

▶ 올해의 PR 기업상

한해동안 국내 PR 분야에서 우수한 PR 활동을 한 PR 기업 가운데 최고의 기업을 선정

▶ 올해의 홍보대사상

한해동안 국내 PR 분야에서 홍보대사로서 최고의 PR 활동을 한 인물을 선정

▶ **특별상(공익 PR 봉사재단 이사장상)**

Sector 1. 공익 PR 인상 – 공익 PR 분야에 우수한 업적을 남긴 PR 인

Sector 2. Rising Star 상 – 만 40 세 이하(2022.10.14 기준)로 우수한 PR 활동을 한 PR 인

Sector 3. 숨은 영웅상 – 공익적인 사회 활동을 통해 사회적 가치를 높인 소통 문화를 만들어 낸 일반인 또는 PR 인

▶ **올해의 PR 인상 (문화체육부장관상)**

한해동안 국내 PR 분야에서 성공적인 PR 활동을 한 정부나 기업, PR 회사의 PR 인이나 학문적 연구를 통해 사회적으로 큰 영향을 미친 교수 가운데 가장 우수한 PR 인을 선정하여 수상

4. 출품방법 및 출품료

1) 출품방법

- PR 성공 사례, 올해의 PR 인, 올해의 PR 기업, 특별상 부문 등을 별첨 양식에 따라 한국 PR 협회 홈페이지(<http://www.koreapr.org>)에 제출
- PR 성공 사례 부문은 PDF 로 제시하며 필요시 영상물 링크 첨부
- PR 성공사례는 100 단어 이내로 개요를 작성하고 다음과 같은 순으로 기술
(a.문제점 및 기회, b.조사, c.기획, d.실행, e.평가)
- 출품은 고객사 단독 또는 고객사와 대행사 공동 출품 가능
- 위기 관리, 평판 관리 등은 비밀 유지 등 필요시 세부 내용을 생략하고 언론 보도 등 주요 실적 위주로 제출 또는 서류를 제출하고 수상 발표를 언론에 고지하지 않고 회사에만 통보할 수 있음
- 하나의 PR 사례를 여러 개의 섹터에 중복 제출 가능 (최대 3 개까지, 단 수상은 2 개까지만 가능)
- 섹터별로 2 개 이상의 PR 사례 수상 가능 (우수경쟁작, 저예산 PR, 스타트업 PR 등의 경우)

※ 올해의 PR 기업, 올해의 PR 인, 특별상은 운영위원회도 추천 가능

※ 올해의 홍보대사는 응모나 추천이 아닌 빅데이터 분석을 통해 선정

2) 출품비

- 회원사(유료멤버십): 건당 15 만원 / 일반: 건당 20 만원

*1 개 사례로 2 개 이상의 섹터에 출품할 경우 출품비는 섹터 수 기준

*단체 회원으로 가입한 회원사의 경우 출품자 계정이 멤버십 계정으로 지정되어 있지 않을 경우 사무국에 신청 필요

- PR 성공 사례 부문 개인 응모나 올해의 PR 인상, 올해의 PR 기업상, 특별상은 출품비 없음
- 비영리법인의 고유목적사업(회비, 행사참가비, 출품비 등)에 대해서는 세금계산서 발행이 불가하여 자체영수증으로 증빙을 대체 (비영리법인과 거래시 적격증빙 수취 제외 거래 인정)

3) 기타

- 출품시 제출한 자료는 한국 PR 협회의 SNS 채널 및 홈페이지에 게시될 수 있음. 또한 추후 작품집 출판시 해당 자료가 사용될 수 있음.

4) 시상

- PR 사례 부문의 상장 및 상패는 수상작 당 고객사, 대행사 각 1 개씩 제공
- 올해의 PR 인상은 문화체육관광부 장관 상장과 한국 PR 협회장 상패 수여
- CSR/ESG 커뮤니케이션 섹터 수상작은 한국경영자총협회장 상장 및 한국 PR 협회장 상패 수여
- 특별상(공익 PR 인상, Rising Star 상, 숨은 영웅상)은 공익 PR 봉사재단 이사장 상장과 상금 각 100 만원, 한국 PR 협회장 트로피 수여

5. 심사

1) 한국 PR 대상 운영위원회

협회 산하 기구로 본 상의 운영을 맡고 있는 운영위원회로서 상 계획, 시상 부문, 심사 위원회 구성, 작품 심사 등을 총괄하는 협회 자문기구

<제30회 한국PR대상 운영위원회>

구분	성명	소속
위원장	신호창	서강대 교수
위원	강미혜	퍼블리시스와기술연구소 책임연구원 한국PR협회 시상이사
	권용규	우아한형제들 상무
	김기훈	한국PR기업협회 회장
	김재인	다트미디어 고문 한국PR협회 기획이사
	김찬석	청주대 교수
	조수영	한국PR학회 회장 경희대 교수
	조철제	KT 부장 KAPR 운영위원장
	한미정	한양대 교수

2) 심사위원 선정

- 심사위원은 학문적 실무적으로 뛰어난 업적 혹은 활동상을 보이는 학계 및 업계의 PR 전문가, 인사들로 선정
- 운영위원장 및 운영위원은 심사위원장 및 심사위원을 맡을 수 있으며, 총 10명 이내로 구성

3) 심사기준

- 해당 기간에 집행 완료된 PR 프로젝트 중 분야별로 최상의 성과를 거두어 PR 성공 사례로 남을만한 PR 프로젝트를 선정

- 협회 및 운영위원회가 제시하는 제출 서류(신청서, 프로그램 내용 요약, 첨부자료)에 근거하여 평가하고, 프로그램의 전문성, 완성도, 창의성, 시의성, 성과 등을 고려하여 심사

4) 심사방식

- 출품작은 심사위원단에 의해 1 차, 2 차 심사를 거쳐 평가 진행

[1 차] 심사위원이 10 점 만점 기준(10~5 점)으로 채점 후 최고점, 최저점 제외한 평균 점수로 선정

(위원 소속 출품작 또는 관련 캠페인의 경우 당사자는 심사에서 제외)

[2 차] 심사 집계 후 심사위원회 대면 미팅을 통해 토론 및 다수결로 최종 수상작 결정

※ 출품작이 많을 경우 심사위원 확대 또는 일부 작품 분산 심사 후 합산하는 방안 검토

※ 출품작 수준이 낮을 경우 일부 카테고리에서 수상작을 내지 않을 수 있음

※ 추천인이 있는 상의 경우 추천인을 가리고 심사