한국마케팅학회 차차기회장(35 대) 후보 소견서

존경하는 한국마케팅학회 회원 여러분께

설립 36 년의 역사를 자랑하는 한국마케팅학회의 차차기회장 후보로 공천받음에 무한한 영광과 감사를 느끼는 서울시립대학교 이성호 교수 인사드립니다. 1996 년 학회에 신규회원으로 가입한 이래 약 25 년 동안 저희 학회의 여러 변화를 함께 해왔습니다. 저희 한국마케팅학회는 그동안 많은 발전과 성과를 이뤘습니다. 하지만 미래를 향해 국내와 국제 마케팅의 비즈니스환경 및 학술환경의 변화에 대응하기 위해 전임 학회장님들이 강조해오신 중요한 주제 관련 활동들을 계승·지속화 함과 동시에 또 새로운 노력을 경주 하겠습니다. 제가 생각하는 학회 운영의 주요 테마를 공유하면 다음과 같습니다.

첫째, 2022 년 ICAMA 국제학술대회의 해외개최 과업을 성공적으로 수행하겠습니다. 2020 년 저희 학회는 코로나 상황에 적응하면서 비대면으로 ICAMA 및 ICAMA-KAS 국제학술대회를 성공적으로 개최하였습니다. 선임 학회장님들이 시작·발전시킨 범아시아 마케팅학회의 네트워킹이 더 활성화되고 다른 지역으로 확대될 수 있게끔 노력하겠습니다. ICAMA 개최 시 해외 우수 저널과의 특별 공동 발간(Special Joint Issue 또는 Special Session Papers)을 지속적으로 추진하겠습니다.

나아가 특히, **Asia Marketing Journal** 의 SCOPUS/SSCI 국제 등재추진을 위해 그동안 한상만 회장과 함께 기울여왔던 노력에 더해 더 실질적인 재무적 펀딩과 국제협력을 통해, 김영찬 차기회장과 함께, 지속적으로 이 노력을 추진하여 그 성과를 가시화 하도록 하겠습니다.

둘째, 차기 김영찬 회장이 밝힌대로, 저 또한 학문적 교류의 장을 지속하여 한국마케팅학회를 많은 학자들, 대학원생들, 그리고 실무진들이 찾는 장소로 만들기 위한 노력을 계속 하겠습니다. 디지털 변환, 새로운 유형의 데이터, 그리고 새로운 method 의 출현 등을 위해 차기회장이 제안한 ‘**마케팅사이언스 콜로키움(AI 포함)**’ 은 계속 이어나갈 것입니다. 이러한 노력은 digital marketing as data/analytics-initiated transformation 으로 볼 수 있습니다.

이러한 축의 전환 노력에 더하여 digital marketing as interactive tools 와 관련된 ‘**인터랙티브마케팅 세미나/또는 포럼(AI, VR, AR 포함)**’ 활동을 추가하고자 합니다.

결론적으로 학회가 지속적으로 발전하기 위해서는 중견 및 젊은 신진학자들의 참여가 제일 중요하다고 생각합니다. 이들의 참여증진을 위해 위의 주요 주제와 관련된 노력과 함께 젊은 신진학자들을 중심으로 하는 주요 SIG (Special Interest Group)의 모임 런칭을 위해 최대한 노력하겠습니다.

그동안 저희가 이룬 명성과 기반을 토대로 하여 새로운 노력을 추가하여 학회를 더욱더 발전시키기 위해, 학회 회원님들인 여러분의 지혜와 도움을 받아, 맡은 바 소임을 다하기 위해 최대한 노력하겠습니다. 애정 어린 시선으로 많이 격려해주시길 바랍니다. 나아가 2022 년 우리 마케팅학회 회원 여러분 가정에 건강과 행복이 가득하시기를 바랍니다. 고맙습니다.