박태경 예비후보 경영계획-1

01 공영방송에 대한 이해 및 철학 (방송의 독립성, 보도의 공정성 등)

"디지털 시대 'MBC 공영방송 철학'을 사내외에 전파"

❍ 권력과 자본으로부터 자유로운 MBC 공영철학 천명
- 방송의 날을 '시청자의 날'로 선포, '오픈 시청자위원회'(각계각층 시민 대상 타운홀 미팅)를 개최하여 경영진/제작진이 직접 시청자 소통
- MBC의 주인인 '시민사회'와의 적극적 협업
- '공정성' 강화로 '매체신뢰도 1위' 달성

❍ '허위조작 정보(가짜뉴스)' 홍수 속에 확고한 정론 매체 위상 확보
- 가짜뉴스의 홍수 속에서 MBC를 '진짜뉴스'를 하는 '뉴스 바로미터'로 자리매김
- KBS, SBS와 공동으로 건전한 여론 형성을 위한 '방송뉴스포털' 추진

❍ 디지털 시대에 맞는 시청자 주권 강화 추진
- '디지털 뉴스레터' 등 세대 맞춤형 뉴스 포맷 서비스 제공
- 2030 청년세대 관련 이슈 선점, 여성 사회적 유리천장 타파 등 사회다양성 촉진 선도
- 재난방송 통합전담 조직'을 구축하여 국가적 재난 위기상황 발생시 민첩하고 정확하게 대처

02 변화와 혁신을 추진할 수 있는 실천의지와 경영능력

"국민에게 짐이 되지 않는 공영방송으로 고강도 내부 혁신"

❍ 60년간 쌓인 MBC의 낡은 조직관행을 과감히 혁파
· 부문별 이사제 폐지, 경영 미션 기반의 '책임임원제' 도입
· 적극적 재무구조 개선 통해 3년 안에 적자 구조 탈피
· 콘텐츠 기획·생산 중심으로 인력자원 재배치 및 인사제도 개선

❍ 지상파 플랫폼 운영 중심에서 콘텐츠 기획·생산 중심으로 전환"
· 자원의 '선택과 집중' 투자 통한 전략콘텐츠 육성에 총력
· 제작 '스튜디오化' 전략 단계적 추진
· 드라마 '책임 프로듀서' 시스템 전면 도입으로 연출 중심 관행 혁파

박태경 예비후보 경영계획-2

03 뉴미디어 환경에서의 문화방송 발전방안

"생존을 넘어 이기기 위한 경영전략 가동"

❍ 판을 뒤흔드는 과감한 제휴전략으로 경쟁우위 확보
- '○○○'와 자본결합 및 사업제휴 : '대한민국 No. 1 엔터테인먼트 스튜디오' 설립
- 글로벌 OTT플랫폼들과 전략적 제휴 추진
- 투자·제휴 전담조직 신설

❍ 적자 구조 탈피 위해 MBC 수익모델 재설계
- 지상파 사장단·방문진·방통위 협의 통해 방송 광고판매제도 혁신안 도출
  - ▶ 중간광고 전격 시행 추진
  - ▶ 결합판매제도 개선
  - ▶ 디지털 광고시장 대응 통합마케팅 전략 수립
- 유통수익 공격적 증대 : wavve(웨이브) 성장전략 & 재송신 전략적 협상
- 글로벌 OTT 기업과 판매 & 공동제작 제휴 통해 글로벌 머니 공격적 확보

❍ 新 성장동력 공격적 확충
- 본사의 주요자산인 IP 라이브러리 기반 콘텐츠 개발 사업 전개
- 미디어 커머스 사업 추진
- 밀레니얼向 디지털 콘텐츠 및 수익 모델 개발
- 중국시장 재점화 선제적 대비 : 프로젝트 '하오펑요우(好朋友)' 가동
  ※ 프로젝트 '하오펑요우 ': 중국 메이저 IT기업과 콘텐츠 유통-제작-디지털사업 포괄적 제휴 추진

04 지역사 및 자회사와의 전략적 발전 방안

"MBC 그룹 전체를 콘텐츠 생산기지化"

❍ '네트워크 연합'에서 '콘텐츠 연합'으로 본·계열사 협업체계 재편
- 본사와 계열사 관계를 'MBC 콘텐츠 연합' 관계로 재정의
- 본사 주요시간대, wavve, SMR(유튜브, 네이버, 카카오 등)을 통해 유통하는 新비즈니스 모델 추진
- 현 MBC-MBC플러스 그룹사펀드('MGC') 모델의 16개 계열사 도입 검토
- 지역사 콘텐츠 포트폴리오를 다각화, 시장경쟁력을 갖춘 전문 콘텐츠 개발

❍ 'MBC그룹'의 시너지를 창출해내는 자회사와의 동반성장 추구
- MBC플러스 : 그룹의 양대 콘텐츠 생산기지로 육성 ("두 개의 심장")
- iMBC : 그룹 내 디지털 전략 거점화
- C&I : 제작 인프라 사업 강화 및 콘텐츠 생산 스튜디오化