

2017 한국마케팅학회 추계학술대회

- 날짜: 2017년 11월 3일 (금)
- 시간: 14:00 - 19:30
- 장소: 한남대학교 56주년 기념관

초대의 말씀

33년의 역사를 자랑하는 한국마케팅학회가 주최하는 2017 추계학술대회를 한남대학교에서 개최하게 되어 매우 기쁩니다. 특히 한남대학교에서 열리는 2017 추계학술대회는 오랜만에 수도권을 벗어나서, 전국 각지에서 골고루 참여하는 학술대회가 되어 더욱 뜻 깊다 하겠습니다.

한국마케팅학회는 한국을 넘어 아시아에서 학계를 선도하는 학술단체로서 발돋움하고자 노력하고 있습니다. 그래서 이번 추계학술대회에서는 global session: ICAMA Korea Chapter도 마련하였습니다. 내년 2018년 4월 20~22일에 태국 방콕에서 2018 ICAMA를 주최하는 host로서 한국마케팅학회는 지난 세 차례에 걸쳐서 서울, 도쿄 그리고 베이징에서 있었던 ICAMA를 발전적으로 계승하고자 global session을 이번 한남대학교에서 개최되는 추계학술대회에 마련하였습니다.

또한 이번 추계학술대회에서도 산학협동을 통해서 학계와 산업계의 긴밀한 협조를 추구하고 있습니다. 다양한 세션을 통해서, 학술적인 접근, 산업적인 접근, 그리고 글로벌 접근의 시도를 함으로써 한국마케팅학회의 영역을 넓히고자 합니다. ‘industry session’, ‘high-tech marketing session’, 그리고 ‘4차산업혁명 시대의 유통산업 정책세션’은 산학협동 차원에서 그 의미가 크다고 생각합니다.

특별히, 이번 추계학술대회는 특별한 세션도 마련하였습니다. 한국사회에서의 마케팅의 역할을 조명하는 ‘사회와 마케팅’ 그리고 새로운 주제인 ‘코칭과 마케팅’도 관심을 가져볼 만한 흥미로운 발표들이 많이 있다고 자부합니다.

그 밖에도, 대한민국의 사회과학분야 학술지로서 최상위권에 자리매김하고 있는 한국마케팅학회의 학술지 “마케팅연구”의 편집위원장 이규현 교수님의 특별강연과 그에 이어지는 만찬도 마음껏 즐기시기를 기대합니다.

한국마케팅학회의 2017년 추계학술대회에 오신 여러분께 진심으로 감사드리며, 유익한 시간이 되시기를 기원합니다.

한국마케팅학회 회장 김상용 (고려대학교)
2017 추계학술대회 조직위원장 이규현 (한남대학교)

2017 한국마케팅학회 추계학술대회 안내

이번 추계학술대회는 9개 세션에 총 40 편의 연구가 발표됩니다. 발표세션은 1부와 2부로 나누어, Session 1부에서 Industry session, 사회와 마케팅, 뉴로마케팅, Global session, 소비자행동Ⅰ 으로 5개의 세션을 준비하였고, Session 2부에서는 4차산업혁명 시대의 유통산업 정책방향, 하이테크 마케팅, 코칭과 마케팅, 소비자행동Ⅱ 으로 4개 세션을 만들어 학계와 산업계와의 협력을 강조하는 연구들을 발표 됩니다.

학회를 개최하는 한남대학교는 대전에 위치하여 교통이 비교적 편한 지역이오니, 전국에 계시는 많은 회원들이 참여하여 지식의 교류와 학문적인 친교의 장을 반갑게 공유하기를 바랍니다.

2017 추계학술대회 조직위원장 이규현 (한남대학교)

2017 추계학술대회 부조직위원장 정강욱 (한남대학교)

2017 추계학술대회 준비위원장 이희태 (한남대학교)

*추계학술대회 일정표

(장소: 한남대학교 56주년 기념관)

시간	행사명	내용
14:00~	참가 등록	사전등록 확인 및 현장등록
14:00~14:30	이사회	(7층 705호)
14:30~15:40	Session 1부: Session 1~5	분과별 학술발표
15:40~15:50	휴 식	다과 (1층 로비)
15:50~17:00	Session 2부: Session 6~9	분과별 학술발표
17:00~17:10	휴 식	다과 (1층 로비)
17:10~17:30	총 회	한국마케팅학회 총회 (1층 서의필홀)
17:30~18:00	기조강연	마케팅연구 편집위원장 이규현 교수 (한남대) (1층 서의필홀)
18:00~19:30	저녁만찬	뷔페 및 공연 (소프라노 박수희) (1층 중회의실)

2017 한국마케팅학회 추계학술대회

분과별 학술발표

Session 1-4 (14:30-15:40)

Session 1: Industry session

좌장: 김영찬 (연세대) 장소: 1층 중회의장 56-01-15

논문제목	저 자
싸이월드, 반격의 서막	윤지운 (싸이월드)
국내 유통매장의 전자가격라벨(ESL) 시스템 구축 사례	양재용 (한양대학교, LG이노텍) 박근완 (한양대학교) 이상열 (한양대학교)
B2B 고객추천 마케팅 커뮤니케이션 전략에 관한 연구	이한근 (연세대학교) 정창모 (현대모비스) 김영찬 (연세대학교)
하이테크 제품의 소비자수용장벽 극복전략	고무열 (파이웨이브)

Session 2: 사회와 마케팅

좌장: 전인수 (홍익대) 장소: 1층 서의필홀

논문제목	저 자
행복과 문화예술 소비	정보람(한국문화관광연구원) 전인수 (홍익대학교)
Aging, 마케팅, 그리고 기술	이의훈 (KAIST)
Marketing3.0과 사람중심 기업가정신	김기찬 (가톨릭대학교)
한국형 혁신 모델의 탐색적 연구	위정현 (중앙대학교)
사회적 경제와 마케팅의 역할	노영성 (강릉대학교)
종합토론	안길상 (충북대학교) 오태현 (강원대학교)

Session 3: 뉴로마케팅

좌장: 이은주 (성균관대학교) 장소 : 1층 전시실 56-01-11

논문제목	저 자
The Angel Wears Prada: Neural Correlates of Brand Concept Conflicts with Corporate Social Responsibility Initiatives	Han Ah Choi Dong Hyun Kim Eun-Ju Lee (Sungkyunkwan Univ.)
The Face Effect on Brain: An fMRI Study of How to Increase Sustainable Consumption	Han Ah Choi Dong Hyun Kim Eun-Ju Lee (Sungkyunkwan Univ.)
Functional brain networks associated with eating behaviors in obesity	Bo-yong Park (Sungkyunkwan Univ.) Jongbum Seo (Yonsei University) Hyunjin Park (Sungkyunkwan Univ.)

Session 4: 소비자행동 I

좌장: 김민기 (카이스트) 장소: 1층 소회의실 56-01-13

논문제목	저 자
A Study on the Quasi-Placebo Effect of Brand Name	주경희 (조선대)
다차원 전개 확장을 통한 소비 상황별 선호도 모델 연구	박정현, 김민기 (KAIST) Pradeep K. Chintagunta (The University of Chicago)
Do top-dogs and underdogs motivate consumers to improve themselves?	남달리, 류혜린, 정지윤, 전선규 (성균관대학교)
소비자의 실제 연령과 사회심리학적 연령 간 차이에 따른 효과적인 광고 메시지의 유형: 해석수준이론을 중심으로	이루리(연세대학교) 고서진(연세대학교)
리디노미네이션을 이용한 가격표시 방식이 구매 액수에 미치는 영향: 제품유형 조절효과	김혜원, 이석규, 이세나 (성균관대학교)

Session 5: Global Session: ICAMA Korea chapter

Session chairman: Jeong-Eun Park (Ewha Womans Univ.) 장소: 1층 소회의실 56-01-14

논문제목	저 자
CSR Authenticity and Cynicism: Dual Path Model	Ihsan Ullah Jan Seonggoo Ji (Hanbat National University)
Effects of Online brand community on Value Creation Practices and Brand Loyalty : Mediating Effects of Community Loyalty	Yongsoo Ha (Kwangwoon University)
Mind What You Remind Your Customers: How Merely Asking Impacts Purchase Satisfaction by Activating an Interdependent Mindset	Kyoung Tae Huh Youseok Lee Sang-Hoon Kim (Seoul National University)
The Effects of Social Media Advertising on Social Search : Based on Luxury Brands in China	Gao Xing (Korea University) Sang Yong Kim (Korea University)
The Effect of Brand Personification in Advertising	Kyounghee Chu (Chosun University) Ji Yoon Kim (Chonnam National University)

Session 5-8 (15:50~17:00)

Session 6: 4차산업혁명 시대의 유통산업 정책방향

좌장: 정연승 (단국대) 장소: 1층 전시실 56-01-11

논문제목	저자
발표 논문 1 - 대규모점포의 영향과 유통생태계적 상생 방안 연구	정연승 (단국대학교) 김경호 (계명대학교)
발표 논문 2 - 유통산업의 업태분류 개선방향에 관한 연구	김상덕 (경남대학교) 정연승 (단국대학교)
발표 논문 3 - 국내 TV홈쇼핑 산업의 거래선진화를 위한 정책적 제언	정연승 (단국대학교) 이호택 (계명대학교)
종합토론	정강욱 (한남대) 서기웅 (산업통상자원부) 황기섭 (TV홈쇼핑협회)

Session 7: 하이테크 마케팅

좌장: 정현수 (건국대학교) 장소: 1층 소회의실 56-01-13

논문제목	저자
혁신성의 차이에 따른 브랜드 선택모형의 타당성 차이에 관한 연구	정현수 (건국대학교)
4차산업시대의 소비자 분류를 통한 혁신확산 전략	이청림 (건국대학교) 정현수 (건국대학교)
점진적 확산과 급진적 확산에 대한 실증적 연구: 대기업과 중소기업의 비교분석	이승현 (건국대학교) 박선영 (건국대학교)
하이테크 제품 구매 평가에 대한 연구 : 아마존 에코(Amazon Echo) 제품을 중심으로	엄금철 (성균관대학교) 이민환 (성균관대학교) 김용준 (성균관대학교)
빅데이터를 활용한 혁신성과 혁신저항 성향이 구매와 정보 탐색에 미치는 영향	이선녕 (성균관대학교), 한상만 (성균관대학교)

Session 8: 코칭과 마케팅

좌장: 유광선 (한국평생교육원) 장소: 1층 서의필홀

논문제목	저 자
소기업, 소상공인들에게 왜 코칭이 필요한가?	유광선 (한국평생교육원)
한국 비즈니스코칭의 현황과 방향	최강석 (국제코치연합)
애니어그램코칭과 마케팅에의 적용	최희정 (국제코치연합)
NLP코칭과 마케팅에의 적용	강종우 (국제코치연합)
생애설계코칭, 어떻게 할 것인가?	이경희 (국제코치연합)
한국 경영자코칭의 현황과 과제	이근모 (국제코치연합)

Session 9: 소비자행동 II

좌장: 박종철 (조선대) 장소: 1층 56-01-14

논문제목	저 자
Overcoming Digital Ads Apathy: Content Marketing in a Mobile and Distracted World	윤석준(KAIST) 유재원(KAIST) 김민기(KAIST) 김원준(KAIST) Minsok Lee (The University of Chicago)
Expected Utility of Sports Spectators; Closed or Lop-sided match	고사랑 (서울대학교) 이유석 (서울대학교) 석준희 (서울대학교) 김병도 (서울대학교)
스토리텔링 형식의 B2B 고객추천 콘텐츠가 신뢰형성 및 지각된 위험에 미치는 영향	정창모(현대모비스) 이한근(연세대학교) 김영찬(연세대학교)
The Effect of Brand's Moral Deficiency on Purchase Intention: Focusing on preference and Self-construal	Sookyong Key (Sungkyunkwan Univ.) Mina Jun (Korea University)