

2018년 한국마케팅학회 추계 학술대회

일시 | 2018년 11월 2일(금)

장소 | 동아대학교 부민캠퍼스 국제관 4F

후원 | 동아대학교, GM Korea

주최 | 
(사)한국마케팅학회
Korean Marketing Association





(사)한국마케팅학회
Korean Marketing Association



초대의 글

한국마케팅학회 회원 여러분 안녕하십니까?

늦은 가을입니다.

11월 2일 부산 동아대에서 2018 한국마케팅학회 추계학술대회를 개최합니다.

한국마케팅학회는 33여년의 기간 동안 회원님들의 참여와 노력으로 이루어진

한국을 대표하는 마케팅 학회입니다. 이번 학술대회는 부산에서 열립니다.

부산은 많은 사람들의 고향이기도 합니다. 나이 들어 언젠가 고향으로 돌아가기를

꿈꾸는 사람들이 많습니다. 학자에게 고향은 어디일까요?

학문적 성장이 이루어지는 학술대회가 아닐까 생각합니다.

고향을 찾듯이 학술대회에 참여하셔서 성장하는 학자를 격려해 주시고,

서로간의 경험을 공유하는 귀한 자리가 되시길 원합니다.

지금까지의 한국마케팅학회의 학술대회처럼 이번 학술대회에서도

다양한 연구논문이 발표됩니다. 신진학자 뿐만 아니라 중진 교수님들의 발표도

있습니다. 아울러 급변하는 마케팅 환경과 전략, 분석에 대응하는 학자의

진면목을 경험하실 것이라 생각합니다. 특별히 GM Korea 후원으로

“소비자의 자동차 인식에 관한 트렌드 변화”라는 주제로

산학협력 세션도 열립니다.

여러분의 학문적 고향 한국마케팅학회 추계학술대회로 초대합니다.

회원 여러분, 11월 2일 동아대학교에서 뵈겠습니다.

감사합니다.

2018년 11월

한국마케팅학회 회장 **김상용**

추계학술대회 조직위원장 **차경천** 드림



추계학술대회 일정별 세부계획

시간	일정	비고
12:00 ~	등록 및 접수	장소: 국제관 4층 로비
13:00 ~ 13:50	이사회	장소: 국제관 4층 회의실 (405호)
14:00 ~ 15:15	논문발표 1부	장소: 국제관 4층 세미나실 (403, 405, 406, 407호)
15:30 ~ 16:00	휴식	장소: 국제관 4층 테라스
16:00 ~ 17:15	논문 발표 2부	장소: 국제관 4층 세미나실 (405, 406, 407호)
17:30 ~ 20:00	한국마케팅학회 총회	장소: 국제관 지하1층 교직원 식당
	만찬	



1-1. 브랜드(14:00~15:15)

좌장: 장대련 교수(연세대)

장소: 국제관 405호

논 문 제 목	발표자
다큐멘터리 시청각 자극특성이 감정반응 및 브랜드 태도에 미치는 영향 : 사회적기업 '위캔쿠키'의 사례를 바탕으로	장대련(연세대)* 이호선(연세대) 김정운(연세대)
Beyond threat or fear appeal to promote preventative behaviors: Temporal perspective of preventative communication	류혜린(성균관대)* 전선규(성균관대)
기업의 리네이밍 전략, 어떻게 해야 소비자의 저항감을 줄일 수 있을까?	주경희(조선대)* 김원용(조선대) 지경석(조선대)
혼합감정을 유발하는 기부에 대한 소비자 반응 차이에 관한 연구	김지윤(전남대) 백재은(고려대) 주경희(조선대)*



1-2. 산학협력: 소비자의 자동차 인식에 관한 트렌드 변화 (14:00~15:15)

사회: 이광기(텔런트)

장소: 국제관 406호

논 문 제 목	발표자
자동차 구매, 성능의 시대는 끝났다	권용주 교수(국민대)
효율 중심으로 재편성되는 자동차 기술 트렌드	김선웅 PD(오토뷰)
파워트레인의 장점	신종철 상무(한국GM 연구소)
경량화가 소비자에게 주는 이익	박재용 교수(이화여대)
지정토론: 카랑카랑 토크쇼	이광기(텔런트) 권용주 교수(국민대) 김상훈 교수(서울대)
자유토론	



1-3. 마케팅 성과평가(14:00~15:15)

좌장: 이상현 교수(동국대)

장소: 국제관 407호

논 문 제 목	발 표 자
CSR 활동의 홍보가 기업의 재무적 성과에 미치는 영향: 수입 브랜드에 대한 조절효과를 중심으로	석준희(서울대)* 이유석(명지대) 김병도(서울대)
영업사원의 직무요인들이 직무성장에 미치는 영향: 직무-요구 자원이론을 중심으로	조연진(서강대)* 박경도(서강대)
가격분할수준이 구매의도에 미치는 영향 : 사전지식, 지불 고통, 시간적 거리를 중심으로	윤재현(경북대)* 김한구(경북대)
고객 만족과 기업의 사회적 책임 활동이 기업의 성과에 미치는 영향에 관한 연구	우정신(深圳爱贝慈恩国际健 康管理有限公司) 서해진(부산대)* 송태호(부산대)
Why Not Both?	김다연(고려대)*
Factors of Satisfaction to Use Sharing Economy Service	김상용(고려대)



1-4. Neuro Marketing(14:00~15:15)

좌장: 이은주 교수(성균관대)

장소: 국제관 403호

논 문 제 목	발 표 자
도덕 딜레마 의사결정 과정과 신경윤리학 연구	윤진호(성균관대)* 장정(성균관대) 이은주(성균관대)
소셜 미디어 환경에서의 연예인 광고효과에 대한 뉴로마케팅 연구	장정(성균관대)* 윤진호(성균관대) 이은주(성균관대)
그린 커뮤니케이션의 효과와 기능성 뇌자기공명영상 연구	이은주(성균관대) 최한아(성균관대)* 한정하(연세대) 김동현(성균관대) 고은주(연세대) 김경훈(창원대)



2-1. 소비자 심리(16:00~17:15)

좌장: 김재휘 교수(중앙대)

장소: 국제관 405호

논 문 제 목	발표자
Altruistic Indulgence: People Voluntarily Consume High Calorie Foods to Make Other People Happy	이채호(UNIST)* 이유재(서울대) 김셋별(서울대)
OUTCOME UNPACKING AND THE GAMBLER'S FALLACY	구지은(부경대)* 석관호(고려대)
두 제품의 동등속성이 소비자들의 제품 선택에 미치는 효과: 동등속성과 차별속성의 관계에 따른 조절효과를 중심으로	김재휘(중앙대)* 박희찬(중앙대)
공공 캠페인에서 사회적 비교가 사회적 목표 행동의 실천에 미치는 효과	강윤희(중앙대)* 김재휘(중앙대)



2-2. 광고와 구전(16:00~17:15)

좌장: 한상만 교수(성균관대)

장소: 국제관 406호

논 문 제 목	발표자
Consumers' Music Preference over Sad versus Happy in Their Hard Time	이준경(성균관대)* 김정구(성균관대)
개인의 성격적 성향이 모바일 광고 지각에 미치는 영향	최영균(동국대)*
구전정보 간격에 대한 탐색적 연구	천정빈(동아대)* 윤성욱(동아대)
해석수준과 제품옵션의 크기와 구매가능성 : 메시지 해석수준과 심리적 거리감을 중심으로	김선미(동아대)* 이동대(동아대)



2-3. 소비자행동(16:00~17:15)

좌장: 이장혁 교수(고려대)

장소: 국제관 407호

논 문 제 목	발표자
How Incremental Theory Enhances or Reduces Charitable Giving	윤여은(고려대)* 박종원(고려대)
Corporate Social Responsibility Communication Effect on Perceived Corporate Image and Attitude towards Corporate: Comparison Study between Korea and Indonesia	Triza Mudita(고려대)* 이승민(고려대)
바이럴 마케팅의 동기가 메시지 포워딩 의도에 미치는 영향: 플로우의 매개적 역할과 팔로우십의 조절적 역할을 중심으로	최미리(동아대)* 이동대(동아대)
저가화장품 시장에서의 브랜드 확장 포트폴리오 전략이 Cannibalization에 미치는 영향에 관한 연구	송만석(동아대)*
주관적 지식에 따른 홈 인테리어 서비스 체험 요소와 몰입 및 브랜드 애호도의 관계	정성광(동아대) 정성진(동아대)* 차경천(동아대)



오시는길

동아대학교 부민캠퍼스 국제관 4F(부산광역시 서구 구덕로 225)

