



2021 한국소비자광고심리학회 춘계학술대회

트렌드, 라이프스타일, 세대

■ 일시 : 2021년 5월 21일(금), 실시간 온라인(ZOOM) 진행

■ 주최 : **KSCAP** 한국소비자광고심리학회
Korean Society for Consumer and Advertising Psychology

■ 후원 : **IPA** (사)한국심리학회
KOREAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION

한국소비자광고심리학회 회원 여러분

2021 춘계학술대회가 다음주 금요일(5월 21일)로 다가왔습니다.
학술대회의 일정 및 프로그램을 공지해드립니다.

본 학술대회의 특별심포지엄에서는 ‘트렌드, 라이프스타일, 세대’ 주제하에, 업계와 학계의 다양한 목소리를 통해 2021년의 우리를 이해할 수 있는 의미 있는 통찰을 얻을 수 있을 것입니다. 또한 ‘뉴미디어와 CSR’, ‘소비심리 & 마케팅’, ‘혁신기술과 소비자 행동’의 다양한 주제를 아우르는 세 세션에서는 최신의 연구동향과 흥미로운 결과를 살펴보실 수 있을 것입니다. 아울러 학문후속세대의 도전적이고 창의적인 연구자들의 발표도 들어보실 수 있습니다.

코로나 상황임을 감안하여, 회원님들과 함께 진행되지 못하는 점이 다소 아쉽기는 하나, 온라인으로 이루어지는 만큼 빠른 진행과 높아진 접근성으로 더 많은 회원분들과 함께 진행할 수 있다는 점은 긍정적인 부분일 것입니다.

차질 없이 준비하여 회원님들의 참여만족도를 높일 수 있도록 준비하겠습니다.

감사합니다.

한국소비자광고심리학회 학술위원장 **부수현**
한국소비자광고심리학회 회 **장 김지호**

세션	좌장	연구자	제목	토론	심사번호	QR코드
특별세션 (12:30~13:50)	학문후속세대 유동호 (한라대)	김가람(중앙대)	온라인 선물 구매에서 플랫폼 메시지에 의한 효과	박중화(부경대) 안정용(고려대) 이유석(명지대)	-	
		윤해원(중앙대)	검색광고회피 행동에 대한 영향요인 연구: 검색행동 및 검색결과 인식을 중심으로			
		김성은(중앙대)	검색광고 리스트에 선 하나를 그리면?: 시각적 범주화로 인한 검색광고 효과			
		조현진(이화여대), 강효원(이화여대)	확장된 TAM 모형을 사용한 배달어플 사용 동기 연구			
		소지원(중앙대)	조합 기반 커스터마이징 제품의 제시 방식이 소비자 만족에 미치는 효과			
13:00 ~ 13:50	이사회					개별 안내
13:50 ~ 14:00	휴식					
14:00 ~ 14:10	개회 및 축사	학회장 / 한국심리학회장				
1부 학술발표 (14:10~15:30)	뉴미디어와 CSR 이병관 (광운대)	김지호(경북대), 서혜원(경북대)	“유튜브 광고, 왜 싫을까? ” : 유튜브 광고 환경의 지각된 침입성과 통제감을 중심으로	김동후(중앙대)	A1	
		김태연(고려대)	인플루언서의 미소가 인플루언서 광고 효과에 미치는 영향: 사회적 판단 (Social Judgments) 과 존경 (Admiration) 을 중심으로	염동섭(목원대)	A2	
		김은호(전북대), 박다영(전북대)	사회적 비교가 공익연계 마케팅 참여에 미치는 효과	백주연(연성대)	A3	
		이병관(광운대), 노환호(광운대), 임혜빈(광운대)	기업에 대한 오명 인식이 사회적 책임 활동에 대한 평가에 미치는 영향	김유승(중앙대)	A4	
	소비심리 & 마케팅 안서원 (서울과기대)	이선아(인천대), 이수연(인천대), 김중흥(인천대)	온라인 중고거래를 이용하는 소비자 심리에 관한 질적 연구	송시연(백석대)	B1	
		신민지(중앙대), 강윤희(중앙대), 김재휘(중앙대)	지연된 할인 쿠폰 유형이 이중 심적 할인에 미치는 효과	김중흥(인천대)	B2	
		노환호(광운대), 도은영(광운대), 임혜빈(광운대), 이병관(광운대)	극대화 성향(maximization tendency)이 제품 제시 순서에 따른 제품 선호에 미치는 영향	구지은(부경대)	B3	
		김한울(전북대), 강정석(전북대)	긍정적 인지-경서 반응을 유발하는 지방자치단체 로고의 디자인 특성 연구	이선희(가톨릭관동대)	B4	
	혁신기술과 소비자 행동 김재휘 (중앙대)	안정용(고려대), 김정원(고려대), 성용준(고려대)	AI 에이전트의 성별과 제품 유형 간 상호작용 효과가 설득효과에 미치는 영향	임혜빈(광운대)	C1	
		류여호수아(Southern Illinois University), 전용욱(Northern Illinois University), 김우진(University of Illinois Urbana-Champaign)	Attributions of Blame Following Robot Service Failure	강정석(전북대)	C2	
		김지호(경북대), 최승혁(경북대)	‘노인도 혼자 키오스크에서 주문할 수 있기 위한 방법: 기술수용모델과 시각적 주의를 중심으로’	성용준(고려대)	C3	
		부수현(경상대), 이지은(경상대)	온라인 플랫폼이 소상공인의 생존과 성장에 미치는 영향	김은실(이화여대)	C4	
15:30~15:40	휴식					
2부 특별심포지엄 (15:40~17:20)	트렌드, 라이프스타일, 세대 부수현 (경상대)	조우철(코리아리서치)	기업 ESG경영이 소비행동에 미치는 영향	김용환(NAVER) 김지영(성균관대)	-	
		호영성(대학내일 20대 연구소)	2021 밀레니얼 - Z세대 트렌드 키워드 5			
		이준영(상명대)	코로나19 이후 소비트렌드 변화			
17:20 ~ 17:40	총회 및 시상식					

- 학회 당일 진행 상황은 한국소비자광고심리학회 홈페이지(www.kscap.or.kr)를 참고하여주시기 바랍니다.
- 본학회의 유관학과 재학 이상의 자격을 갖춘 분들 중 1부와 2부를 모두 등록하신 참석자분들께는 기념품을 드립니다.
등록을 위해서는 한국소비자광고심리학회 홈페이지 회원에 가입하여 주시기 바랍니다.
- 학회 참석 회원들의 추천으로 학술대회 우수발표논문상을 선정하여 시상합니다. 참여 부탁드립니다.
- 학회 회원들과 함께 하는 행사이기는 하나, 발표시 폰트 등 저작권이 있는 자료의 사용에 주의를 기울여 주시기 바랍니다.