

소비자광고심리학회 학문후속세대 콜로키엄 프로그램 안내

한국소비자광고심리학회 구성원 여러분께

학문후속세대 콜로키엄에 대한 세부 내용을 안내드립니다. 본 학술행사는 2021년 2월 25일 목요일, 온라인 회의를 통해(ZOOM)으로 진행됩니다. 아래의 내용을 통해 일정 및 프로그램을 확인하실 수 있으며, 안내 링크를 통해 입장이 가능합니다.

< 안내 >

▶ 일시 : 2021년 2월 25일 목요일, 오후 2시(1시 30분부터 입장 가능)

▶ 참여 링크(ZOOM)

<https://us02web.zoom.us/j/89030270276?pwd=aXk1SEFRMEhhMjJyK0s1SHBSN0t5QT09>

▶ 일정 및 프로그램

시간	내용	연구자
14 : 00 - 14 : 10	개회식 · 사회자 : 부수현(경상대)	-
14 : 10 - 14 : 30	온라인 선물 상황에서 대안 정렬 기준의 선택 유무가 제공자의 구매 과정 만족도에 미치는 효과	김가람(중앙대)
14 : 30 - 14 : 50	검색광고 결과의 정보 유형이 클릭 행동에 미치는 영향 : 검색광고 결과에 대한 기대를 중심으로	김성은(중앙대)
14 : 50 - 15 : 10	고령자의 혁신성이 키오스크 이용 태도에 미치는 영향과 고정관념 위험의 조절효과	서주하(전북대)
15 : 10 - 15 : 30	유투브 광고 환경에서의 소비자 경험 연구 : 지각된 침입성과 통제감을 중심으로	서혜원(경북대)
15 : 30 - 15 : 40	휴식 및 재조정 시간	
15 : 40 - 16 : 00	제품의 속성-가치 메시지 구성이 소비자의 구매의도에 미치는 효과	윤해원(중앙대)
16 : 00 - 16 : 20	제품의 노화 관련 단서가 구매 의도에 미치는 영향 : 제품 유형의 조절효과	이동열(전북대)
16 : 20 - 16 : 40	라이브 커머스 이용자의 충성도를 높이는 요인에 관한 연구 : 재미와 상호작용성을 중심으로	이지은(경상대)
16 : 40 - 17 : 00	키오스크 사용에 대한 기술불안과 시각적 주의 패턴 : 연령과 화면크기를 중심으로	최승혁(경북대)
토론 패널 : 김동후 교수님(중앙대), 김은실 교수님(이화여대), 성용준 교수님(고려대), 임혜빈 교수님(광운대)		

▶ 문의처 · 학술위원장 : 부수현(boo_sh@gnu.ac.kr)

· 학회간사 : 최정현(kscap99@gmail.com, 010-3002-6494)

소비자광고심리학회 회원 여러분의 적극적인 홍보와 참여를 부탁드립니다.
감사합니다.

학술위원장 부수현
한국소비자광고심리학회장 김지호