한국소비자광고심리학회 특별세미나 개최

# 언택트 시대의 검색광고. 중소상공인의 활용 전략

KSCAP 한국소비자광고심리학회

존경하는 학회 회원 여러분께

코로나로 촉발된 언택트 시대 소비자들의 행동적, 심리적 변화가 시장에 적지 않은 변화를 가져오고 있습니다. 접촉/대면 소비보다 비접촉/개인매체 소비가 증가하는 양상이 눈에 뜨입니다. 언택트시대의 광고 또한 매체나 상황에 따라 그 효과가 과거와는 달라질 것입니다. 언택트 상황은 검색광고의 효과에도 영향을 미칠 것입니다. 검색광고는 비대면 개인 미디어를 이용한다는 점에서 활용도의 증가가 예상됩니다. 또한 커뮤니케이션 채널과 수단이 절대적으로 부족한 중소상공인들도 활용할 수 있다는 점에서 의의가 있다고 보입니다.

이에 한국소비자광고심리학회에서는 한국광고학회(회장 최영균), 한국광고홍보학회(회장 심성욱)와 함께 <언택트 시대의 검색광고 : 중소상공인의 활용 전략>이라는 주제로 특별세미나를 개최합니다. 회원 여러분의 많은 관심과 참여 바랍니다.

## 세미나 일정

▶ 일시 : 2020년 8월 25일(화), 오후 2시 - 5시 40분
▶ 장소 : 잠실 광고문화회관 2층 대회의장

## 세미나 프로그램

| 시간 | 내용 |
|---|---|
| 14 : 00 ~ | 등록 |
| 14 : 10 ~ 14 :20 (10분) | 개회 |
| **1부** 좌장 : 강정석(전북대, 심리학과) | |
| 14 : 20 ~ 14 : 50 (30분) | COVID-19가 중소상공인에게 미친 영향 : 성숙도(성장 수준)에 따른 마케팅 인식 및 실행방식 차이 분석 · 강윤희(중앙대, 심리학과) · 부수현(경상대, 심리학과) |
| 14 : 50 ~ 15 : 20 (30분) | 소상공인 마케팅 이용 현황과 이용장벽 조사 · 유동호(경북대, 경영학부) |
| 15 : 20 ~ 15 :50 (30분) | 토론 · 이제영(가톨릭관동대, 광고홍보학과) · 김은실(이화여대, 심리학과) |
| 15 : 50 ~ 16 : 10 | 커피브레이크 |
| **2부** 좌장 : 김재휘(중앙대, 심리학과) | |
| 16 : 10 ~ 16 : 40 (30분) | 온라인 마케팅과 플랫폼 사용만족에 대한 소상공인들의 심리 : 심층인터뷰(In-depth Interview)를 통한 질적 연구 · 박태희(성균관대, 경영학과) |
| 16 : 40 ~ 17 : 10 (30분) | 코로나 바이러스 확산이 검색광고 시장에 미치는 영향 · 김지영(성균관대, 경영학과) |
| 17 : 10 ~ 17 : 40 (30분) | 토론 · 성용준(고려대, 심리학과) · 양수진(성신여대, 소비자생활문화산업학과) |

## 문의처

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

**한국소비자광고심리학회장 김 지 호**