

2022년 한국소비자광고심리학회 대학원생 세미나

# 지속가능성 도모를 위한 소비자의 변화와 광고의 미래

2022년 한국광고학회

## 글로벌 콜로키움 및 학문후속세대 연구역량 강화 심포지움

일시 2022년 7월 6일 (수) - 7월 7일 (목)

장소 속초 롯데리조트

### 프로그램표

시간	오크룸	그랜드볼룸	파인룸	체리룸	2층 복도
12:30-13:00					점심식사및 등록
13:00-14:35	소비자광고 심리학회 대학원생 세미나	글로벌 콜로키움I	학문후속세대 심포지움I	학문후속세대 심포지움II	광고학회 포스터 세션
14:35-14:45					휴식
14:45-16:20	소비자광고 심리학회 대학원생 세미나II	글로벌 콜로키움II	학문후속세대 심포지움I	학문후속세대 심포지움II	소비자광고 심리학회 포스터 세션
16:20-16:30					휴식

### 특별 세션 및 시상식 (그랜드볼룸)

시간	내용
16:30-17:10	Meet the Editors 김주영 (University of Georgia), 성용준 (고려대), 조창환 (연세대)
17:10-17:40	Creative Director 특강 이현종대표 (온보드그룹)
17:40-18:00	전체 시상식

# 1부 학술 발표

## 한국소비자광고심리학회 대학원생 세미나

오크를  
사회자: 임혜빈 (광운대)

13:00- 13:15 B급 감성이 A급 재미로! : 광고 유발 각성과 기대불일치가 소비자 반응에 미치는 영향  
연구자 김지호, 김은경 (경북대)

13:15- 13:30 What Makes Live Commerce Consumers Engage?  
연구자 장선, 정혜 (고려대)

13:30- 13:45 지능형 에이전트의 커뮤니케이션 방식이 제안 수용의도에 미치는 영향:  
자기결정성 요인을 중심으로  
연구자 최시영, 김민지 (경상대)

13:45- 14:00 ESG 경영에 따른 병원의 친환경성이 소비자 선호도에 미치는 영향:  
지속가능한 의료폐기물 관리를 중심으로  
연구자 조유라 (고려대), Piumi Amasha Withana (고려대), 임송택 (에코네트워크), 이재혁 (고려대), 박상우 (건국대학교병원 팔다리혈관센터), 옥용식 (고려대)

14:00- 14:15 인스타그램 스토리의 시각된 일시성이 사용자의 SNS 자기제시 의도에 미치는 영향  
연구자 김윤아, 이예진, 이윤슬, 김은실 (이화여대)

14:15- 14:35 (20분) 종합토론  
토론자 김태연 (광운대), 안정용 (고려대)

## 한국광고학회 글로벌 콜로키움 I Marketing Communications & Psychological Processes

그랜드볼룸  
사회자: 최세정 (고려대)

13:00- 13:15 Closing the Gap between You and Me:  
The Effects of a Diverse Spokesperson and Self-Construal Level  
연구자 박영은 (숙명여대), Sera Choi, Kimi Conro (Colorado State University)

13:15- 13:30 How TikTokers See Ads: Media Involvement and TikTok Ad Contents  
연구자 최윤미 (Indiana Univ. Southeast), 김동후 (중앙대), 심성욱 (한양대)

13:30- 13:45 성별에 따른 제품 선호에 대한 반고정관념의 조절 효과  
연구자 조혜원 (서강대), 이혜진 (성균관대)

13:45- 14:00 The effects of ESG levels and message appeals on the effectiveness of corporate prosocial advertising  
연구자 김동후 (중앙대), 성윤희 (University of Oklahoma)

14:00- 14:15 친환경 소비자들은 그린워싱 광고에 늘 부정적인가? 그린워싱 지식과 브랜드 충성도가  
그린워싱 광고 반응에 미치는 조절효과에 대하여  
연구자 임동재 (University of Alabama)

14:15- 14:35 (20분) 종합토론  
토론자 최우진 (서울시립대), 이정규 (숭실대)

# 1부 학술 발표

## 한국광고학회 학문후속세대 심포지움 I

파인룸  
사회자: 안대천 (인하대)

- |                       |  |
|-----------------------|--|
| 13:00- 13:15          | 속성의 정렬성에 따른 가격제시방식이 업그레이드 의사결정에 미치는 효과<br>연구자 김성은, 김재휘 (중앙대)                         |
| 13:15- 13:30          | 온라인 커머스 레퍼토리 및 집단별 특성: 패널 실측과 설문을 결합해서<br>연구자 윤소라, 최세정 (고려대)                         |
| 13:30- 13:45          | 부호 효과가 미세먼지 정책 선호에 미치는 영향: 이득-손실의 할인율 비대칭성<br>연구자 노환호, 이병관, 임혜빈 (광운대)                |
| 13:45- 14:00          | 가짜 뉴스 전파와 확산의 동인: 2021 서울시장 보궐선거 데이터의 실증적 분석<br>연구자 박지영, 이형민 (성신여대)                  |
| 14:00- 14:15          | 소셜미디어 광고 효과와 이용자 특성, 소셜미디어 이용 동기에 관한 연구-카카오톡, 인스타그램, 유튜브를 중심으로<br>연구자 손세인, 최세정 (고려대) |
| 14:15- 14:35<br>(20분) | 종합토론<br>토론자 김현 (중부대), 최일도 (연론재단)   |

## 한국광고학회 학문후속세대 심포지움 II

체리룸  
사회자: 김유승 (중앙대)

- |                       |  |
|-----------------------|--|
| 13:00- 13:15          | 버거킹 브랜드의 밈 광고에 대한 기호학적 분석: 그레마스의 행동자 모델을 중심으로<br>연구자 김은영 (한양대)                         |
| 13:15- 13:30          | 개인정보 공개 대상으로서 인공지능 신뢰에 영향을 미치는 요인 연구<br>연구자 김정원, 성용준 (고려대)                             |
| 13:30- 13:45          | 지역 검색 도입이 지역 소상공인의 마케팅 성과에 미치는 영향<br>연구자 배경한, 황정현, 김지영 (성균관대)                          |
| 13:45- 14:00          | 빅데이터 분석을 통한 공공커뮤니케이션 전략방안 연구: 경기도청 사례를 중심으로<br>연구자 김지현 (고려대), 최지혜 (한국언론진흥재단)           |
| 14:00- 14:15          | 개인화 광고를 위한 유저의 앱 추적 허용 의도에 영향을 주는 선행 요인 연구:<br>프라이버시 계산 모델을 중심으로<br>연구자 유정아, 조창환 (연세대) |
| 14:15- 14:35<br>(20분) | 종합토론<br>토론자 최화열 (제주국제대), 최윤미 (Indiana Univ. Southeast)                                 |

# 1부 포스터 세션

한국광고학회 학문후속세대 심포지움 (포스터 세션)

2층 복도

Catch Your Eyes:  
아이트래커를 활용한 제품유형에 따른 배경복잡성에 대한 소비자 선호 연구  
연구자 김지호, 윤원정 (경북대)

소비자를 사로잡는 귀여움:  
귀여움이 식품 유형 및 패키지 문구에 따른 품질 지각과 소비자 반응에 미치는 효과  
연구자 김지호, 최승혁 (경북대)

매장 내 증강현실 구매접점 광고의 메시지 설득 전략 연구  
- 주관적 분주함 심리와 처리유창성 효과를 중심으로  
연구자 문지현 (서강대)

제품 관여도에 따른 라이브 커머스 댓글 효과 연구: 예시 이론을 적용하여  
연구자 박소연 (고려대)

13:30-14:30

라이브커머스 이용 동기가 지속이용의도에 미치는 영향:  
즐거움과 만족을 매개변인으로 하여  
연구자 배신지, 박소연, 최세정 (고려대)

우리는 왜 낯선 사람들이 쓴 리뷰를 믿는가?  
연구자 윤수진 (한양대)

가상 인플루언서의 부정적 자기노출과 강도가 관계유지의도에 미치는 영향:  
지각된 인간성, 불편함, 진정성을 매개로  
연구자 임은지, 최세정 (고려대)

온라인 동영상 광고에서 광고노출 시점에 따른 지각된 침입성이 광고효과에 미치는 영향:  
광고회피의 매개효과와 심리적 반발의 조절효과를 중심으로  
연구자 임재은, 이도연 (성균관대)

사회적 배제 경험이 DIY제품 선호도에 미치는 영향: 통제감의 매개효과를 중심으로  
연구자 장소담, 임혜빈, 이병관 (광운대)

## 2부 학술 발표

### 한국소비자광고심리학회 대학원생 세미나 II

오크룸  
사회자: 김은실 (이화여대)

14:45 - 15:00 미세먼지에 대한 분노와 광고의 침입성이 미세먼지 앱 이용 의도에 미치는 영향  
연구자 임가현, 임혜빈, 이병관 (광운대)

15:00 - 15:15 지속가능한 환경을 위한 플라스틱 오염 소비자 인식 제고 방안  
연구자 황건욱, 옥용식 (고려대)

15:15 - 15:30 타인과의 비교 메시지가 유료 멤버십 서비스 가입의도에 미치는 효과: 개인적 적합도 지각을 중심으로  
연구자 조단비, 김재휘 (중앙대)

15:30 - 15:45 사람들은 언제 로봇에게 더 많은 책임을 귀인하는가?: 로봇의 공감, 서비스 결과, 지각된 통제감을 중심으로  
연구자 최정현, 김지호 (경북대)

15:45 - 16:00 The influence of environmental (E) pillar of ESG in reducing single-use plastic : The story of Starbucks  
연구자 Piumi Amasha Withana, 옥용식 (고려대)

16:00 - 16:20 (20분) 종합토론  
토론자 최진아 (Montclair State Univ.), 최태량 (Texas Christian Univ.)

### 한국광고학회 글로벌 콜로키움 II Creativity, Technology and Advertising

그랜드볼룸  
사회자: 전홍식 (숭실대)

14:45 - 15:00 Examining the Impact of Media Context on Creative Ads  
연구자 권은숙 (Rochester Institute of Technology)

15:00 - 15:15 광고 창의성과 인플루언서 마케팅: 기계학습적 접근법  
연구자 손현상 (The University of New Mexico)

15:15 - 15:30 Instagram Users' Reactions toward Virtual Influencers: Revisiting Uncanny Valley with the text-mining approach  
연구자 김원경, Wei Quan (BNU-HKBU United International College)

15:30 - 15:45 How Do People React to AI Failure? Automation Bias, Algorithmic Aversion, and Perceived Controllability  
연구자 장승모 (Boston College)

15:45 - 16:00 What's in the Black Box? How Algorithm Awareness Predicts Corrective Actions and Platform Regulation Support in the U.S., U.K., and South Korea  
연구자 정묘정 (Northeastern University)

16:00 - 16:20 (20분) 종합토론  
토론자 이정교 (경희대), 최홍림 (선문대)

## 2부 학술 발표

### 한국광고학회 학문후속세대 심포지움 I

파인룸  
사회자: 이형민 (성신여대)

- |                        |   |
|------------------------|---|
| 14:45 - 15:00          | 가상 인플루언서 유형 및 특성에 관한 연구<br>연구자 송수연 (중앙대)  |
| 15:00 - 15:15          | 가상 인플루언서에 대한 애착과 소비자 반응에 미치는 영향 요인<br>연구자 송유진, 최세정 (고려대)                              |
| 15:15 - 15:30          | 양면적 메시지가 식품 구독 서비스 가입의도에 미치는 효과: 예상된 포만감을 중심으로<br>연구자 윤해원, 김재휘 (중앙대)                  |
| 15:30 - 15:45          | 조절초점 광고 메시지가 예방적 건강행동 의도에 미치는 영향: 시청자의 호프스태드 가치 차원의 조절 효과를 중심으로<br>연구자 정속양, 전종우 (단국대) |
| 15:45 - 16:00          | 사회적 리벨로서 에코배지가 친환경 행동에 미치는 영향: 리벨링 효과와 책임감 분산의 조절효과를 중심으로<br>연구자 진형록, 성용준 (고려대)       |
| 16:00 - 16:20<br>(20분) | 종합토론<br>토론자 손현상 (Univ. of New Mexico), 강한나 (강남대)                                      |

### 한국광고학회 학문후속세대 심포지움 II

체리룸  
사회자: 심성욱 (한양대)

- |                        |  |
|------------------------|--|
| 14:45 - 15:00          | The Impact of Covid-19 on Online Advertising Market<br>연구자 이세현, 정동영, 배경한, 황정현, 김지영 (성균관대)                |
| 15:00 - 15:15          | 참여형 친환경 캠페인의 참여 노력과 심적 시뮬레이션이 캠페인 태도와 참여의도에 미치는 영향<br>연구자 이윤슬, 정혜미, 조가람, 김은실 (이화여대)                      |
| 15:15 - 15:30          | 메타버스 플랫폼의 브랜드 체험 개념화 및 척도 개발을 위한 탐색적 연구<br>연구자 전주연, 안현서 (안양대)  |
| 15:30 - 15:45          | Post-Human is Coming:<br>체험가치와 관광광고태도 간 의인화 수준이 방문의도에 미치는 영향<br>연구자 최미연 (한양대), 조준혁, 전종우 (단국대), 이형석 (한양대) |
| 15:45 - 16:00          | 메타버스 이용 동기에 따른 이용자 유형과 오프라인 활동 빈도의 관계성<br>연구자 홍다예, 조창환 (연세대)   |
| 16:00 - 16:20<br>(20분) | 종합토론<br>토론자 최지혜 (연론재단), 박영은 (숙명여대)   |

## 2부 포스터 세션

한국소비자광고심리학회 대학원생 세미나 (포스터 세션)

2층 복도

브랜드 싫증의 개념화와 척도 개발

연구자 김가람, 김지원, 성용준 (고려대)

으악 너무너무 무서워 유통기한 지켜줘요, 히어로! 유통기한 만료에 따른 소비자 평가와 캐릭터 유형의 영향

연구자 김지호, 서승범 (경북대)

브랜드 맥락에서 의인화가 대리적 면허효과에 미치는 영향

연구자 민승, 이동화, 성용준 (고려대)

자기효능감과 조절 초점이 지속가능한 소비 행동에 미치는 영향

연구자 박소연, 성용준 (고려대)

브랜드 의인화가 공익연계 제품 선택 의도에 미치는 효과

연구자 소지원, 김재휘 (중앙대)

15:00-16:00

중고거래에서 신체적합 메시지가 제품 구매의도에 미치는 효과:  
의류와 지각된 오염을 중심으로

연구자 신하정, 김재휘 (중앙대)

제페토 가상아이템 구매의도에 영향을 미치는 요인 연구

(Key Factors of Users' Intention to Purchase Virtual Items in the Zepeto)

연구자 윤석인, 남진영, 최세정 (고려대)

고객의 방문빈도가 입소문 효과에 미치는 영향

연구자 정동영 (성균관대), 김태경 (광운대), 김지영 (성균관대)

관찰자와 행위자의 도덕 기반 일치/불일치에 따른 도덕 라이선싱 과정 차이

연구자 최현정, 임혜빈, 이병관 (광운대)

Influence of consumers on the acceptance of the ESG concept by companies  
- Emphasis on the plastic usage

연구자 Sachini Senadheera, 옥용식 (고려대)