2025 (사)한국마케팅학회 춘계학술대회

2025
AI 시대,
더 나은 미래를
위한 마케팅

2025. 6. 14 (토) 10:00~18:30

이화여자대학교 경영대학 이화·신세계관

주 최 (사) 한국마케팅학회 Korean Marketing Association

후 원 학현사 Pasquier KFC MEDIHEAL 아름다운재단 The Beautiful Foundation GP GROUP
CROWN 해태 (주)푸드코아 롯데마트 AUTISTAR

초대의 글

존경하는 한국마케팅학회 회원님들께,

1985년 창립 이후 우리 학회는 한국 마케팅의 학문적 성장과 실무적 기여를 이끌며 꾸준히 발전해왔습니다. 이 소중한 전통을 계승하여, 2025년 춘계학술대회를 6월 14일(토) 이화여자대학교 이화•신세계관에서 개최합니다.

이번 학술대회는 “AI 시대, 더 나은 미래를 위한 마케팅”을 주제로, 인공지능 기술의 급속한 발전이 불러온 변화 속에서 마케팅의 새로운 방향을 함께 탐구하는 자리로 마련되었습니다. 기술의 진보는 소비자와 사회의 가치관에 새로운 의미를 부여하며, 마케팅이 단순한 시장 활동을 넘어 사회적 책임과 공존의 가치를 고민해야 하는 시점에 이르렀습니다.

디지털 전환과 초지능화가 가속화되는 오늘날, 마케팅은 더 이상 기존의 방식으로 정의될 수 없습니다. 이에 이번 학술대회에서는 기업, 사회적 기업, 비영리조직 등 다양한 주체가 AI 시대에 실천하는 마케팅 전략과 사회적 기여 사례를 조명합니다. 기술 중심의 논의를 넘어 사람과 사회, 그리고 더 나은 미래를 위한 마케팅의 역할을 깊이 성찰하는 기회를 제공하고자 합니다.

더불어, 학문 후속세대와 현장 연구자들이 참여하는 연구 발표, 토론, 총회, 그리고 학회 시상식을 통해 학문적 교류와 회원 간 소통을 더욱 풍요롭게 할 예정입니다.

이번 학술대회가 변화의 물결 속에서 새로운 방향을 모색하고, 학문과 실천이 조화를 이루는 마케팅의 미래를 그리는 소중한 계기가 되기를 바랍니다. 준비에 힘써주신 모든 분께 깊은 감사의 마음을 전하며, 회원 여러분의 적극적인 참여와 따뜻한 성원을 부탁드립니다.

새로운 마케팅의 지평을 함께 열어가는 뜻깊은 자리에 여러분을 진심으로 초대합니다.

2025년 6월 14일

조직위원장 정연승(단국대)
조직위원 곽준식(동서대), 김모란(UNIST)
김태완(건국대), 김해룡(건국대)
송태호(부산대), 안희경(한양대)
이경미(서울대), 장명균(호서대)
장우정(서울시립대), 조성도(전남대)
최정혜(연세대), 최화열(제주국제대)

인사말

존경하는 한국마케팅학회 회원 여러분

40년 역사를 자랑하는 한국마케팅학회는 한국의 마케팅 발전을 주도해 온 대표적인 마케팅 학회입니다. 이제 한국의 마케팅 발전은 한국을 넘어 전 세계로 K 컬쳐를 보급하는 힘이기도 합니다.

마케팅은 더 이상 '소비자 만족'에 머무르지 않고 '더 나은 세상'을 만들기 위한 '가치'를 창조하며 뛰어난 기능과 감성 만족을 넘어 사회적 책임과 윤리적 차원의 '영성'을 요구하고 있습니다. 이 시대가 요구하는 마케팅은 이익 극대화가 아닌 가치의 극대화이며, 이는 조직과 소비자, 사회, 3자에게 모두 win-win이 되는 마케팅을 통해 이루어질 것입니다.

지금 우리는 AI 로 대변되는 기술 대전환과 기후위기, 경제난 등 다양한 사회, 환경적 변화에 직면해 있습니다. 이러한 대전환과 대변혁 속에서 새롭고 깊이 있는 학계 연구와 산업계 노력들을 활발히 교류하는 '학문교류의 장'이 이번 춘계학술대회에서 펼쳐지게 됩니다.

오영주 중소벤처기업부 장관님의 축사를 시작으로 기업, 사회적 기업, 비영리 조직의 마케팅 노력들을 발표하고 토론하며 주요 사회 구성체들의 'AI 시대에 더 나은 미래를 위한 마케팅 노력'을 공유하고자 합니다. 오후 학술대회에는 Art & Luxury 기업의 마케팅과 AI 첨단 마케팅 사례들, 소셜 벤처의 마케팅 사례들이 준비되어 있고 역대 춘계학술대회 중 최대 규모의 발표가 마련되어 있습니다.

이번 학술대회에 함께 해주시는 모든 참석자들과 성공적인 학술대회 개최에 동참해 주시는 발표자, 토론자, 좌장, 조직위원들께 감사드리며 재정적인 지원과 협찬을 통해 학회 발전을 후원해주시는 후원 기업들께도 깊은 감사를 드립니다.

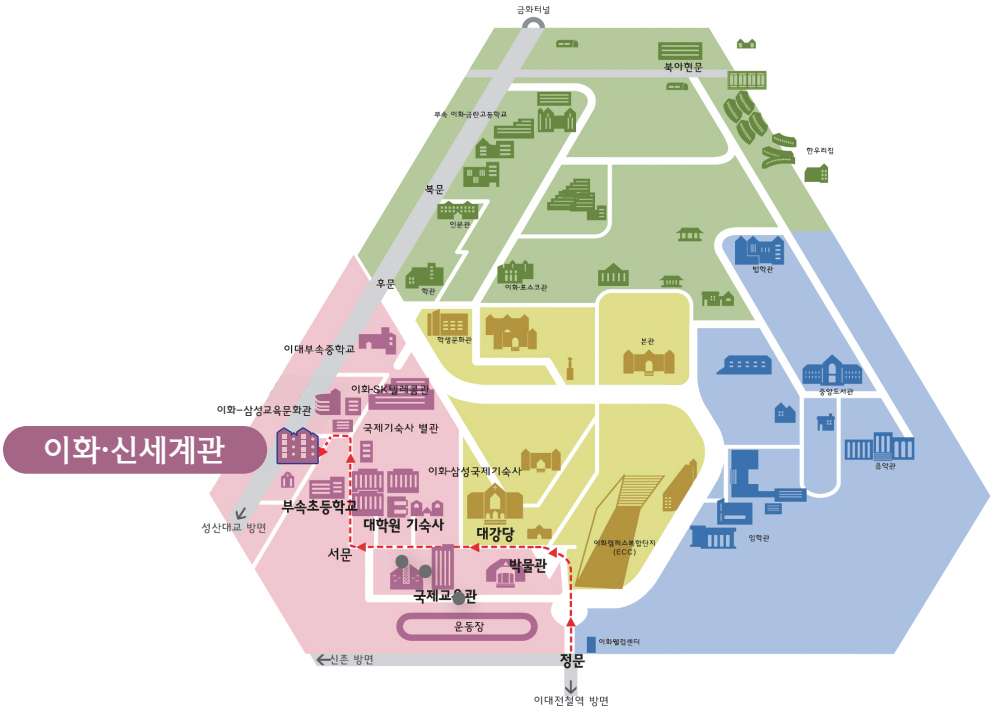
한국마케팅학회에 지속적인 관심과 성원을 부탁드립니다. 감사합니다.

2025년 6월 14일

한국마케팅학회 학회장
박성연

KMA
(사) 한국마케팅학회
Korean Marketing Association

약 도



장 소

이화여자대학교 경영대학 이화•신세계관

오시는 길

버스 이용 시

- 이대역 (정류장번호 13-025)정류장 하차
- 신촌기차역 (정류장번호 13-210) 정류장 하차
- 이대후문 (정류장번호 13-016) 정류장 하차

지하철 이용 시

지하철 2호선 2 이대역 2, 3번 출구로 나오셔서 300미터 직진, 정문 통과 후 박물관 앞에서 좌측으로 이동

지하철 경의중앙선 경의중앙 경의 신촌역 2번 출구로 나오셔서 오른쪽, 286미터 이동 후 왼쪽 , 이대 후문으로 우측방향

주차안내

이화신세계관 건물 뒷편 이용 , (옆 건물) 이화삼성문화관, 정문 이용 시 - ECC 지하주차장에 주차 후 도보

학술대회 세부 일정

오전 세션

시간	세부 내용	장소
9:00 ~ 10:00	등록 및 접수	1층 로비
10:00 ~ 10:10	개회식 및 인사말	60주년 기념홀
10:10 ~ 10:30	축사 : 오영주 중소벤처기업부 장관	
10:30 ~ 11:40	**“기업-사회적 기업-비영리 조직의 더 나은 미래를 위한 마케팅 노력”** - AI 시대, 보험을 넘어서는 보험, 삼성생명 (양경용 상무) - 자폐인과 함께 만드는 아름다운 세상, 오티스타 (이소현 대표) - 공익마케팅의 핵심 전략, 신뢰 _아름다운재단의 경험을 중심으로 (김진아 사무총장)	
11:45 ~ 12:50	이사회	

오후 세션

시간	세부 내용	장소
13:00~14:20	논문발표 1부 (세션 1~7)	204, 205, 209, 211, 212, 213, 60주년 기념홀
14:20~14:35	Break	
14:35~15:55	논문발표 2부 (세션 8~14)	204, 205, 209, 211, 212, 213, 60주년 기념홀
15:55~16:10	Break	
16:10~17:30	논문발표 3부 (세션 15~21)	204, 205, 209, 211, 212, 213, 60주년 기념홀
17:30~18:30	총회 및 시상식, 다과 및 즐거운 네트워킹	60주년 기념홀

01부 2025년 한국마케팅학회 춘계학술대회 오후 세션

(세션 1~4) 시간 : 13:00 ~ 14:20

세션	세션이름	좌장	제목	발표자 및 공저자	토론자
세션1 (204호)	디지털 기술	김태완 (건국대)	Impact of Perceived Algorithmic Explainability, Control, and Literacy on User Evaluations in Recommended Contents in SNS	안정용(고려대)* 성용준(고려대)	이석규 (성균관대)
			공정한 세상에 대한 신념이 인공지능 설득효과에 미치는 영향: 인공지능의 호의성과 이기심의 매개효과를 중심으로	안정용(고려대)* 김은서(고려대)	이상학 (한국항공대)
			OTT 킬러 콘텐츠 평가 요인이 서비스 가치, 만족, 가격 민감도와 이용 의도에 미치는 영향에 관한 연구: 스포츠 콘텐츠 관여도의 조절효과를 중심으로	이승환(한국항공대)* 이상학(한국항공대)	최은정 (상명대)
			The power of 'Around': How should AI estimates be communicated to increase user evaluation?	홍수지(Suji Hong)(카이스트)* 이찬진(Chan Jean Lee)(카이스트)	김태완 (건국대)
세션2 (205호)	소비자 감정과 행동	장우정 (서울시립대)	하루주기에 따른 해석수준 및 제품 평가의 변화: 실험과 실제 소비자 데이터 기반 분석	박영균(서울시립대)* 최우진(서울시립대)	황정빈 (제주대)
			가상 인플루언서 Vs. 휴먼 인플루언서가 중국 소비자의 친환경 제품 태도에 미치는 영향 — 인종적 동질성의 조절효과를 중심으로—	이전제(서울시립대)* 장우정(서울시립대)	고동우 (한국외대)
			친환경적 소재가 기부 행동을 유도할까?: 플라스틱과 나무 기부함의 기부 모금 효과 비교	송채원(고려대)* 송수진(고려대)	강민정 (목포대)
			과거와 미래의 만남: 메타버스 럭셔리 광고에서 브랜드 헤리티지와 진정성의 역할	황정빈(제주대)* 오재영(고려대) 박소현(아주대)*	김정희 (제주대)
세션3 (209호)	생성형 AI 전략	김모란 (유니스트)	GNN을 활용한 커뮤니티 콘텐츠 인기도 예측모델 연구 – 버티컬커머스 플랫폼을 중심으로	김주영(서강대) 최혜영(서강대)*	허영은 (카이스트)
			대규모 언어 모델 도입이 검색 엔진 사용자 정치 검색 행태에 미치는 영향	홍주원(서울대) 김영미 (University of Wisconsin Madison) 한상필(Arizona State University) 박성호(서울대)*	김모란 (유니스트)
			Enhancing Valuation of Generative AI Outputs with Machine Effort	정일융(카이스트) Julian De Freitas (Harvard University) Dong Liu (MIT) Xuying Leo (Wageningen University) 허영은(카이스트)* Stefano Puntoni (Univ of Pennsylvania)	박성호 (서울대)
			보이지 않는 수요 발견하기: 생성형 AI 접근법	이명구(건국대)* 조지훈(홍익대) 김혜진(카이스트)	김주영 (서강대)
세션4 (211호)	리뷰 영향력	한상린 (한양대)	How Do Customer Review-Derived Service Attributes Influence Satisfaction? A Hierarchical Approach at the Hotel Level	김다연(동국대)* 송태호(부산대)	김동수 (중앙대)
			Diverging Consumer Responses to Inclusive Design: A Data Mining Analysis of Amazon Reviews	오재영(고려대)* 박대영(KAIST) 박종원(고려대)	오윤경 (동덕여대)
			Predicting Restaurant Sales Using Multi-Source Signals: A Comparative Study of Ghost Kitchens and Traditional Kitchens	Yi Han Chiu(한양대) 임보람(한양대)*	김다연 (동국대)
			Seeing Is Believing: How Cafe Review Images Reflect Customer Interests and Attitudes	정희열(서강대)* 정재학(서강대) 방성현(서강대)	한상린 (한양대)

01부 2025년 한국마케팅학회 춘계학술대회 오후 세션

(세션 5~7) 시간 : 13:00 ~ 14:20

세션	세션이름	좌장	제목	발표자 및 공저자	토론자
세션5 (212호)	커뮤니티 & 인플루언서 마케팅	조성도 (전남대)	인플루언서 팔로잉 수는 신뢰를 높이는가? 개방성 인식의 매개 효과	고도형(서강대)* 전성률(서강대)	송수진 (고려대)
			AI Influencers and Purchase Intentions in Fashion: The Mediating Role of Follower Attachment	Shokirov Abdulazizkhon(동서대) 이은미(동서대)*	정성광 (동아대)
			MAXQDA를 활용한 브랜드 커뮤니티의 소비의례 분석	연예지(고려대)* 박철(고려대)	조성도 (전남대)
			평면 로고와 입체 로고가 구매의도에 미치는 영향: 공간적 거리감과 제품의 유형을 중심으로	김나연(연세대)* 이재영(연세대)	김준범 (서울대)
세션6 (213호)	ESG & 친환경 마케팅	박주식 (울산대)	권력거리신념이 제로 웨이스트 소비 선호에 미치는 영향	홍수정(목원대)* 김채영(경기대)	최화열 (제주국제대)
			Framing Sustainability: How 'Need' vs. 'Want' Language Shapes Green Brand Perception and Consumer Choice	송연정(성균관대)* 최화열(제주국제대)	이서진 (부산대)
			The Interactive Effect of Natural Environment and Regulatory Focus on Green Consumption	이현지(홍익대) 사성민(홍익대) 이가현(홍익대) 윤나라(홍익대)*	박주식 (울산대)
			미술의 사회공헌적 가치를 통한 ESG 경영 사례 연구 –이건희 컬렉션과 가나아트 컬렉션을 중심으로	박주희(동국대)* 김태훈(동국대)	여민선 (울산대)
세션7 (60주년 기념홀)	가치와 혁신의 경영 (산학)	정연승 (단국대)	Hybrid Digitalization: 전통시장과 거리의 활성화를 위한 온/오프라인 지원 전략	최예린(카카오 상생사업팀 책임)	
			ESG와 비용절감, 두 마리 토끼를 잡은 B2B마케팅 사례 (히즈빈스 장애인고용솔루션)	임정택(향기내는 사람들 대표)	
			AI시대, 인공지능에서 데이터의 중요성	이정수(Flitto 대표)	
			CERAGEM-Way: 고객가치 창출 및 헬스케어 혁신	윤미나(세라젬 마케팅혁신본부장)	

02부 2025년 한국마케팅학회 춘계학술대회 오후 세션

(세션 8~11) 시간 : 14:35 ~ 15:55

세션	세션이름	좌장	제목	발표자 및 공저자	토론자
세션8 (204호)	디지털 서비스	박철 (고려대)	Factors Affecting the Use of Shared Study Rooms: Based on Extended TAM Model	리베이(경기대)* 윤성준(경기대)	이상학 (한국항공대)
			PPM 모델을 활용한 무인 매장 전환 의도 분석	박서영(한양대)* 한상린(한양대)	송수진 (고려대)
			Predicting Metaverse Adoption through Smartphone Activities	Young Joo Lee(이영주)(연세대)* Chang Hee Park(박창희)(연세대)	안희경 (한양대)
			When Advanced Tech Backfires: Unintended Consequences for Consumer Perception	서예진(고려대)* 윤성아(고려대)	박창희 (연세대)
세션9 (205호)	사회적 가치와 소비	라선아 (한국방송통신대)	Understanding and Overcoming Consumer Resistance to Gifting Secondhand Products	Yafei Guo (University of North Texas) 성연진(서강대)* Kelley Gullo Wight (Indiana University) Peggy J. Liu (University of Pittsburgh)	구민정 (성균관대)
			행복에 대한 본질주의적 신념이 타인을 위한 소비에 미치는 영향	이서진(부산대)* 최인철(서울대)	김재휘 (중앙대)
			How the Salience of Child Beneficiaries Shapes Older Donors' Giving Behavior	장현규(이화여대)* Srinwanti H. Chaudhury (The University of Queensland)	라선아 (한국방송통신대)
			The Impact of Resource-Based Factors of Trade Fair Participants on Relational Learning and Exhibition Performance	김병호(국립창원대)* 박영근(국립창원대)	장현규 (이화여대)
세션10 (209호)	브랜드 전략	이성호 (서울시립대)	지각된 소득불평등이 브랜드 의인화에 대한 소비자 선호에 미치는 영향	김채영(경기대)* 서민지(서강대)	김정현 (인하대)
			스폰서십 공시와 콘텐츠 확산성에 관한 연구	이예령(화의대)* 최정혜(연세대)	김채영 (경기대)
			Subject Choice as an Advertising Strategy: 'We' or 'brand name'	박혜연(성균관대)* 한영지(성균관대) 한지상(성균관대) 심건호(성균관대)	최정혜 (연세대)
			브랜드 확장시, 노스탤지어 마케팅 전략의 효과: 종합적 사고경향의 조절효과를 중심으로	박혜경(부경대)* 정난희(부산대)	이예령 (화의대)
세션11 (211호)	AI 상호작용	김준회 (서울기독대)	A Cross-Cultural Study of the Impact of Uncertainty Avoidance on ChatGPT Usage Behavior: Focusing on Chinese and South Korean Users	맹조수(부산대)* 신종국(부산대)	양존 (한국외국어대)
			How Power Distance Belief Shapes AI Robot Design Preference: The Role of Agent Orientation	문하영(성균관대)* 이혜진(성균관대)	전주언 (안양대)
			Enhancing Ad Effectiveness through AI Technologies: A Study on Consumer Responses to Emerging Interactive Advertising Formats	양존(한국외국어대)* 정상욱(한국외국어대)	박용완 (경상국립대)
			휴머노이드 AI-소비자 간의 언어 형상화 개념화에 대한 연구	전주언(안양대)*	이지훈 (한라대)

02부 2025년 한국마케팅학회 춘계학술대회 오후 세션

(세션 12~14) 시간 : 14:35 ~ 15:55

세션	세션이름	좌장	제목	발표자 및 공저자	토론자
세션12 (212호)	일본 세션	김창주 (리츠메이칸 대학)	글로벌 경쟁력 강화를 위한 Hidden Champion 기업들의 전략적 사고 및 정책적 제언: 일•한 중소기업 혁신사례의 심층연구	강상민(Kindai University)* 김창주(Ritsumeikan University)	Yeji Lim (California State University)
			기업의 사회적 기여와 브랜드력: 글로벌 제품 호감도, 소비자 학습, 및 원산지 국가 여행 간의 관계	김소현(서울대)* Shoji Tanaka(리츠메이칸대학) 이해랑(서울대) 나종연(서울대) 김창주(리츠메이칸대학)	장우정 (서울시립대)
			The Role of Influencers' Sustainability in Corporate Brand Strategy: A Cross-country Difference Perspective	Xiuyan Yan (Hiroshima Shudo University)* 김창주 (Changju Kim)(리츠메이칸 대학)	김해룡 (건국대)
			Time or Money? Consumer Choice and Platform Pricing in the Digital Media Economy	Yeji Lim (California State University)* Taewan Kim (Konkuk University)	김창주 (리츠메이칸 대학)
세션13 (213호)	소비자 심리와 행동 전략	김경민 (신라대)	체험 프로모션에서 토큰 촉진 가격의 효과에 대한 심리적 메커니즘 분석: 귀인이론 기반 이중 매개모형 접근	이지정(명지대)* 김건하(명지대)	이진화 (대구대)
			Consumer Stress in AI-Driven Retail	Muhammad Waqas Khan (부산대)* 신종국(부산대)	김주영 (서강대)
			소비자 가치 및 구매의도에 대한 육류 대체식품 이미지의 효과: 기존 육류와의 비교를 중심으로	송여원(명지대)* 김건하(명지대)	장형유 (경상국립대)
			선물 받는 사람의 자기해석에 따른 위시리스트 공유 의도 차이	서민지(서강대)* 김주영(서강대) 조혜원	김경민 (신라대)
세션14 (60주년 기념홀)	AI 혁신과 지속가능성 (산학)	이동일 (세종대)	AI 시대 새로운 창의	성지연(대홍기획 마케팅 솔루션 본부 본부장)	
			AI를 활용한 광고제작 현황 및 가능성	이상훈(피플에이전시 대표)	
			리치몬트 그룹의 사회공헌활동과 ESG	전희재(리치몬트코리아 회계 팀장)	
			지속가능을 위한 사회적 가치 경영 – Sustainability Commitment	최영빈(코스트코 코리아 상무)	

03부 2025년 한국마케팅학회 춘계학술대회 오후 세션

(세션 15~18) 시간 : 16:10~17:30

세션	세션이름	좌장	제목	발표자 및 공저자	토론자
세션15 (204호)	인공지능 상호작용	김해룡 (건국대)	온 디바이스 AI 서비스의 수용요인 고찰	주수용(세종테크노파크) 현호섭(청주대) 안성숙(청주대)*	박창희 (연세대)
			누가 이 AI를 만들었을까? 팀다양성 정보와 AI활용 서비스에 대한 소비자 인식	김정현(인하대)* 최용범(NEOMA Business School)	채명진 (순천향대)
			AI with a Human Face: When Realism Backfires in Marketing	채명진(순천향대)* 김모란(유니스트)	강민정 (목포대)
			인간 vs. 비인간 경쟁 상대에 따른 소비자 반응 Consumer responses to human vs. non-human competitors	전정룡(Quan Zhenglong)(연세대)* 전유정(Jun Youjung)(연세대)	김해룡 (건국대)
세션16 (205호)	소비자 감정과 기술 수용	안희경 (한양대)	Windfall Diet: How Unexpected Reduction In Calorie Intake Influences Subsequent Diet Behavior	한영원(고려대)* 박종원(고려대)	석관호 (고려대)
			Sense of Continuity: How Temporal Framing of Past Actions Alters Consumer Persistence	권미진(고려대)* 한영지(성균관대) 김학균(성균관대)	구민정 (성균관대)
			When A Product's Cosmetic Damage Signals Expertise	구민정(성균관대)* Camilla Eunyoung Song (City University of Hong Kong) Xing Zhang(성균관대)	윤성아 (고려대)
			Consumer Evaluation of Tied-Goods Pricing	석관호(고려대)*	박철 (고려대)
세션17 (209호)	지속가능경영	곽준식 (동서대)	ESG 성과가 기업가치에 미치는 영향: 기업 평판의 매개효과와 ESG 관련 정보 노출량의 조절효과	신미정(충남대)* 석준희(충남대)	곽준식 (동서대)
			지속가능한 마케팅을 구현하는 의외의 방법, Chantal Lina Carpentier의 'Attention Economy'를 읽고	이윤우(한신대)* 김소정(한신대) 김주평(한신대)	정성광 (동아대)
			ESG 진정성과 태도 및 구전의도의 관계 : 팔로워십과 혁신성의 조절효과	곽준식(동서대) 정성광(동아대)* 최미리(부산외대)	김준회 (서울기독대)
			가상 인플루언서의 그린 마케팅 효과 연구: 소비자의 조절 초점과 제품-모델 이미지 일치성을 중심으로	전성희(경북대)* 권혜정(경북대)	이윤우 (한신대)
세션18 (211호)	프로모션 전략	최정혜 (연세대)	Modeling Disjunctive Topic Associations with Metadata	김동수(중앙대)* 김동엽(가천대)	오윤경 (동덕여대)
			세일즈 피치 특성과 라이브 커머스 판매 효과	정동영(성균관대)* 진승욱(카이스트) 강금석(카이스트) 김태경(경희대) 김지영(성균관대)	박성호 (서울대)
			프로모션 전략의 시너지 효과 분석: 번들링과 쿠폰을 중심으로	황인서(연세대)* 최정혜(연세대)	김동수 (중앙대)
			라이브 커머스 판매 효과에 대한 실증 분석	황정현(성균관대)* 배경한(성균관대) 부찬일(세종대) 김지영(성균관대)	이명구 (건국대)

03부 2025년 한국마케팅학회 춘계학술대회 오후 세션

(세션 19~21) 시간 : 16:10~17:30

세션	세션이름	좌장	제목	발표자 및 공저자	토론자
세션19 (212호)	디지털 환경과 마케팅 혁신	최화열 (제주국제대)	An Analysis of English Education Strategies in the Context of International Business Marketing	정혜진(서울과학기술대)*	박지혜 (한국외대)
			광고효과연구: 이동통신 사례 중심으로	백지원(부산대)* 서해진(부경대) 송태호(부산대)	성민 (경성대)
			온라인 여행사 모바일 앱의 서비스 품질이 소비가치, 몰입 및 구매의도에 미치는 영향: 지각된 위험의 조절효과를 중심으로	이연주(대림대)* 최화열(제주국제대)	김건하 (명지대)
			매체 이미지가 매체 태도 및 광고태도에 미치는 영향: 무선 이어폰 영상 광고를 중심으로 The Influence of Media Image on Media Attitude and Advertising Attitude: Focusing on Wireless Earphone Video Advertisements	정재현(명지대)* 김건하(명지대)	이연주 (대림대)
세션20 (213호)	데이터 베이스 마케팅	김재환 (고려대)	공연 가격 구조와 매출의 관계: 포스터 색상의 조절효과를 중심으로	이하정(연세대)* 장수령(연세대)	김재환 (고려대)
			장소 브랜딩 측면에서 축제 애착이 장소감과 행동 의도에 미치는 영향: 거주민을 중심으로	최지혜(중앙대)* 허식(중앙대)	차문경 (한성대)
			Geometric Simulation and Convex Hull-Based Product Mix Optimization for Strategic Decision-Making	김임환(삼성전자)* 조에린(홍콩폴리테크)	김준범 (서울대)
			Gender-Differentiated Impact of Loneliness Perception on AI Robot Adoption	김동엽(가천대)* 이은경 (Xi'an Jiaotong-Liverpool University) 황규성(경북대)	김현경 (한양사이버대)
세션21 (60주년 기념홀)	아트&럭셔리 마케팅 (산학)	이석규 (성균관대)	아티스트레지던시 와인비즈니스 활용사례	권미정 (한화솔루션 프리미엄 라이프스타일 사업부 팀장)	
			럭셔리 마케팅의 각축장, K 스타와 매거진 커버	손기연(MCK 퍼블리싱 대표)	
			Supermade의 아트 & 브랜드 마케팅	박주원(Supermade 디렉터)	
			가나아트 갤러리의 사회공헌 활동과 브랜드 마케팅	박주희(가나아트센터 부장)	

01부 논문발표

13:00~14:20

세션 1 디지털 기술 | 204호

제목	발표자 및 공저자	토론자
Impact of Perceived Algorithmic Explainability, Control, and Literacy on User Evaluations in Recommended Contents in SNS	안정용 (고려대)* 성용준 (고려대)	이석규 (성균관대)
공정한 세상에 대한 신념이 인공지능 설득효과에 미치는 영향: 인공지능의 호의성과 이기심의 매개효과를 중심으로	안정용 (고려대)* 김은서 (고려대)	이상학 (한국항공대)
OTT 킬러 콘텐츠 평가 요인이 서비스 가치, 만족, 가격 민감도와 이용 의도에 미치는 영향에 관한 연구: 스포츠 콘텐츠 관여도의 조절효과를 중심으로	이승환 (한국항공대)* 이상학 (한국항공대)	최은정 (상명대)
The power of 'Around': How should AI estimates be communicated to increase user evaluation?	홍수지 (Suji Hong)(카이스트)* 이찬진 (Chan Jean Lee)(카이스트)	김태완 (건국대)

좌 장 : 김태완 (건국대)

01부 논문발표

13:00~14:20

세션 2 소비자 감정과 행동 | 205호

제목	발표자 및 공저자	토론자
하루주기에 따른 해석수준 및 제품 평가의 변화: 실험과 실제 소비자 데이터 기반 분석	박영균 (서울시립대)* 최우진 (서울시립대)	황정빈 (제주대)
가상 인플루언서 Vs. 휴먼 인플루언서가 중국 소비자의 친환경 제품 태도에 미치는 영향 — 인종적 동질성의 조절효과를 중심으로—	이전제 (서울시립대)* 장우정 (서울시립대)	고동우 (한국외대)
친환경적 소재가 기부 행동을 유도할까?: 플라스틱과 나무 기부함의 기부 모금 효과 비교	송채원 (고려대)* 송수진 (고려대)	강민정 (목포대)
과거와 미래의 만남: 메타버스 럭셔리 광고에서 브랜드 헤리티지와 진정성의 역할	황정빈 (제주대)* 오재영 (고려대) 박소현 (아주대)*	김정희 (제주대)

좌 장 : 장우정 (서울시립대)

01부 논문발표

13:00~14:20

세션 3 생성형 AI 전략 | 209호

제목	발표자 및 공저자	토론자
GNN을 활용한 커뮤니티 콘텐츠 인기도 예측모델 연구 – 버티컬커머스 플랫폼을 중심으로	김주영 (서강대) 최혜영 (서강대)*	허영은 (카이스트)
대규모 언어 모델 도입이 검색 엔진 사용자 정치 검색 행태에 미치는 영향	홍주원 (서울대) 김영미 (University of Wisconsin-Madison) 한상필 (Arizona State University) 박성호 (서울대)*	김모란 (유니스트)
Enhancing Valuation of Generative AI Outputs with Machine Effort	정일융 (카이스트) Julian De Freitas (Harvard University) Dong Liu (MIT) Xuying Leo (Wageningen University) 허영은 (카이스트)* Stefano Puntoni (Univ of Pennsylvania)	박성호 (서울대)
보이지 않는 수요 발견하기: 생성형 AI 접근법	이명구 (건국대)* 조지훈 (홍익대) 김혜진 (카이스트)	김주영 (서강대)

좌 장 : 김모란 (유니스트)

01부 논문발표

13:00~14:20

세션 4 리뷰 영향력 | 211호

제목	발표자 및 공저자	토론자
How Do Customer Review-Derived Service Attributes Influence Satisfaction? A Hierarchical Approach at the Hotel Level	김다연 (동국대)* 송태호 (부산대)	김동수 (중앙대)
Diverging Consumer Responses to Inclusive Design: A Data Mining Analysis of Amazon Reviews	오재영 (고려대)* 박대영 (KAIST) 박종원 (고려대)	오윤경 (동덕여대)
Predicting Restaurant Sales Using Multi-Source Signals: A Comparative Study of Ghost Kitchens and Traditional Kitchens	Yi Han Chiu (한양대) 임보람 (한양대)*	김다연 (동국대)
Seeing Is Believing: How Cafe Review Images Reflect Customer Interests and Attitudes	정희열 (서강대)* 정재학 (서강대) 방성현 (서강대)	한상린 (한양대)

좌 장 : 한상린 (한양대)

01부 논문발표

13:00~14:20

세션 5 커뮤너티 & 인플루언서 마케팅 | 212호

제목	발표자 및 공저자	토론자
인플루언서 팔로잉 수는 신뢰를 높이는가? 개방성 인식의 매개 효과	고도형 (서강대)* 전성률 (서강대)	송수진 (고려대)
AI Influencers and Purchase Intentions in Fashion: The Mediating Role of Follower Attachment	Shokirov Abdulazizkhon (동서대) 이은미 (동서대)*	정성광 (동아대)
MAXQDA를 활용한 브랜드 커뮤니티의 소비의례 분석	연예지 (고려대)* 박철 (고려대)	조성도 (전남대)
평면 로고와 입체 로고가 구매의도에 미치는 영향: 공간적 거리감과 제품의 유형을 중심으로	김나연 (연세대)* 이재영 (연세대)	김준범 (서울대)

좌 장 : 조성도 (전남대)

01부 논문발표

13:00~14:20

세션 6 ESG & 친환경 마케팅 | 213호

제목	발표자 및 공저자	토론자
권력거리신념이 제로 웨이스트 소비 선호에 미치는 영향	홍수정 (목원대)* 김채영 (경기대)	최화열 (제주국제대)
Framing Sustainability: How 'Need' vs. 'Want' Language Shapes Green Brand Perception and Consumer Choice	송연정 (성균관대)* 최화열 (제주국제대)	이서진 (부산대)
The Interactive Effect of Natural Environment and Regulatory Focus on Green Consumption	이현지 (홍익대) 사성민 (홍익대) 이가현 (홍익대) 윤나라 (홍익대)*	박주식 (울산대)
미술의 사회공헌적 가치를 통한 ESG 경영 사례 연구– 이건희 컬렉션과 가나아트 컬렉션을 중심으로	박주희 (동국대)* 김태훈 (동국대)	여민선 (울산대)

좌 장 : 박주식 (울산대)

01부 논문발표

13:00~14:20

세션 7 가치와 혁신의 경영 (산학) | 60주년 기념홀

제목	발표자
Hybrid Digitalization: 전통시장과 거리의 활성화를 위한 온/오프라인 지원 전략	최예린 (카카오 상생사업팀 책임)
ESG와 비용절감, 두 마리 토끼를 잡은 B2B마케팅 사례 (히즈빈스 장애인고용솔루션)	임정택 (향기내는 사람들 대표)
AI시대, 인공지능에서 데이터의 중요성	이정수 (Flitto 대표)
CERAGEM-Way: 고객가치 창출 및 헬스케어 혁신	윤미나 (세라젬 마케팅혁신본부장)

좌 장 : 정연승 (단국대)

02부 논문발표

14:35~15:55

세션 8 디지털 서비스 | 204호

제목	발표자 및 공저자	토론자
Factors Affecting the Use of Shared Study Rooms: Based on Extended TAM Model	리베이 (경기대)* 윤성준 (경기대)	이상학 (한국항공대)
PPM 모델을 활용한 무인 매장 전환 의도 분석	박서영 (한양대)* 한상린 (한양대)	송수진 (고려대)
Predicting Metaverse Adoption through Smartphone Activities	Young Joo Lee (이영주) (연세대)* Chang Hee Park (박창희) (연세대)	안희경 (한양대)
When Advanced Tech Backfires: Unintended Consequences for Consumer Perception	서예진 (고려대)* 윤성아 (고려대)	박창희 (연세대)

좌 장 : 박철 (고려대)

02부 논문발표

14:35~15:55

세션 9 사회적 가치와 소비 | 205호

제목	발표자 및 공저자	토론자
Understanding and Overcoming Consumer Resistance to Gifting Secondhand Products	Yafei Guo (University of North Texas) 성연진 (서강대)* Kelley Gullo Wight (Indiana University) Peggy J. Liu (University of Pittsburgh)	구민정 (성균관대)
행복에 대한 본질주의적 신념이 타인을 위한 소비에 미치는 영향	이서진 (부산대)* 최인철 (서울대)	김재휘 (중앙대)
How the Salience of Child Beneficiaries Shapes Older Donors' Giving Behavior	장현규 (이화여대)* Srinwanti H. Chaudhury (The University of Queensland)	라선아 (한국방송통신대)
The Impact of Resource-Based Factors of Trade Fair Participants on Relational Learning and Exhibition Performance	김병호 (국립창원대)* 박영근 (국립창원대)	장현규 (이화여대)

좌 장 : 라선아 (한국방송통신대)

02부 논문발표

14:35~15:55

세션 10 브랜드 전략 | 209호

제목	발표자 및 공저자	토론자
지각된 소득불평등이 브랜드 의인화에 대한 소비자 선호에 미치는 영향	김채영 (경기대)* 서민지 (서강대)	김정현 (인하대)
스폰서십 공시와 콘텐츠 확산성에 관한 연구	이예령 (화의대)* 최정혜 (연세대)	김채영 (경기대)
Subject Choice as an Advertising Strategy: 'We' or 'brand name'	박혜연 (성균관대)* 한영지 (성균관대) 한지상 (성균관대) 심건호 (성균관대)	최정혜 (연세대)
브랜드 확장시, 노스탤지어 마케팅 전략의 효과: 종합적 사고경향의 조절효과를 중심으로	박혜경 (부경대)* 정난희 (부산대)	이예령 (화의대)

좌 장 : 이성호 (서울시립대)

02부 논문발표

14:35~15:55

세션 11 AI 상호작용 | 211호

제목	발표자 및 공저자	토론자
A Cross-Cultural Study of the Impact of Uncertainty Avoidance on ChatGPT Usage Behavior: Focusing on Chinese and South Korean Users	맹조수 (부산대)* 신종국 (부산대)	양존 (한국외국어대)
How Power Distance Belief Shapes AI Robot Design Preference: The Role of Agent Orientation	문하영 (성균관대)* 이혜진 (성균관대)	전주언 (안양대)
Enhancing Ad Effectiveness through AI Technologies: A Study on Consumer Responses to Emerging Interactive Advertising Formats	양존 (한국외국어대)* 정상욱 (한국외국어대)	박용완 (경상국립대)
휴머노이드 AI-소비자 간의 언어 형상화 개념화에 대한 연구	전주언 (안양대)*	이지훈 (한라대)

좌 장 : 김준회 (서울기독대)

02부 논문발표

14:35~15:55

세션 12 일본 세션 | 212호

제목	발표자 및 공저자	토론자
글로벌 경쟁력 강화를 위한 Hidden Champion 기업들의 전략적 사고 및 정책적 제언: 일•한 중소기업 혁신사례의 심층연구	강상민 (Kindai University)* 김창주 (Ritsumeikan University)	Yeji Lim (California State University)
기업의 사회적 기여와 브랜드력: 글로벌 제품 호감도, 소비자 학습, 및 원산지 국가 여행 간의 관계	김소현 (서울대)* Shoji Tanaka (리츠메이칸대학) 이해랑 (서울대) 나종연 (서울대) 김창주 (리츠메이칸대학)	장우정 (서울시립대)
The Role of Influencers' Sustainability in Corporate Brand Strategy: A Cross-country Difference Perspective	Xiuyan Yan (Hiroshima Shudo University)* 김창주 (Changju Kim) (리츠메이칸 대학)	김해룡(건국대)
Time or Money? Consumer Choice and Platform Pricing in the Digital Media Economy	Yeji Lim (California State University)* Taewan Kim (Konkuk University)	김창주 (리츠메이칸 대학)

좌 장 : 김창주 (리츠메이칸 대학)

02부 논문발표

14:35~15:55

세션 13 소비자 심리와 행동 전략 | 213호

제목	발표자 및 공저자	토론자
체험 프로모션에서 토큰 촉진 가격의 효과에 대한 심리적 메커니즘 분석: 귀인이론 기반 이중 매개모형 접근	이지정 (명지대)* 김건하 (명지대)	이진화 (대구대)
Consumer Stress in AI-Driven Retail	Muhammad Waqas Khan (부산대)* 신종국 (부산대)	김주영 (서강대)
소비자 가치 및 구매의도에 대한 육류 대체식품 이미지의 효과: 기존 육류와의 비교를 중심으로	송여원 (명지대)* 김건하 (명지대)	장형유 (경상국립대)
선물 받는 사람의 자기해석에 따른 위시리스트 공유 의도 차이	서민지 (서강대)* 김주영 (서강대) 조혜원	김경민 (신라대)

좌 장 : 김경민 (신라대)

02부 논문발표

14:35~15:55

세션 14 AI 혁신과 지속가능성 (산학) | 60주년 기념홀

제목	발표자
AI 시대 새로운 창의	성지연 (대홍기획 마케팅 솔루션 본부 본부장)
AI를 활용한 광고제작 현황 및 가능성	이상훈 (피플에이전시 대표)
리치몬트 그룹의 사회공헌활동과 ESG	전희재 (리치몬트코리아 회계 팀장)
지속가능을 위한 사회적 가치 경영 – Sustainability Commitment	최영빈 (코스트코 코리아 상무)

좌 장 : 이동일 (세종대)

03부 논문발표

16:10~17:30

세션 15 인공지능 상호작용 | 204호

제목	발표자 및 공저자	토론자
온 디바이스 AI 서비스의 수용요인 고찰	주수용 (세종테크노파크) 현호섭 (청주대) 안성숙 (청주대)*	박창희 (연세대)
누가 이 AI를 만들었을까? 팀다양성 정보와 AI활용 서비스에 대한 소비자 인식	김정현 (인하대)* 최용범 (NEOMA Business School)	채명진 (순천향대)
AI with a Human Face: When Realism Backfires in Marketing	채명진 (순천향대)* 김모란 (유니스트)	강민정 (목포대)
인간 vs. 비인간 경쟁 상대에 따른 소비자 반응 Consumer responses to human vs. non-human competitors	전정룡 (Quan Zhenglong) (연세대)* 전유정 (Jun Youjung) (연세대)	김해룡 (건국대)

좌 장 : 김해룡 (건국대)

03부 논문발표

16:10~17:30

세션 16 소비자 감정과 기술 수용 | 205호

제목	발표자 및 공저자	토론자
Windfall Diet: How Unexpected Reduction In Calorie Intake Influences Subsequent Diet Behavior	한영원 (고려대)* 박종원 (고려대)	석관호 (고려대)
Sense of Continuity: How Temporal Framing of Past Actions Alters Consumer Persistence	권미진 (고려대)* 한영지 (성균관대) 김학균 (성균관대)	구민정 (성균관대)
When A Product's Cosmetic Damage Signals Expertise	구민정 (성균관대)* Camilla Eunyoung Song (City University of Hong Kong) Xing Zhang (성균관대)	윤성아 (고려대)
Consumer Evaluation of Tied-Goods Pricing	석관호(고려대)*	박철 (고려대)

좌 장 : 안희경 (한양대)

03부 논문발표

16:10~17:30

세션 17 지속가능경영 | 209호

제목	발표자 및 공저자	토론자
ESG 성과가 기업가치에 미치는 영향: 기업 평판의 매개효과와 ESG 관련 정보 노출량의 조절효과	신미정 (충남대)* 석준희 (충남대)	곽준식 (동서대)
지속가능한 마케팅을 구현하는 의외의 방법, Chantal Lina Carpentier의 'Attention Economy'를 읽고	이윤우 (한신대)* 김소정 (한신대) 김주평 (한신대)	정성광 (동아대)
ESG 진정성과 태도 및 구전의도의 관계 : 팔로워십과 혁신성의 조절효과	곽준식 (동서대) 정성광 (동아대)* 최미리 (부산외대)	김준회 (서울기독대)
가상 인플루언서의 그린 마케팅 효과 연구: 소비자의 조절초점과 제품-모델 이미지 일치성을 중심으로	전성희 (경북대)* 권혜정 (경북대)	이윤우 (한신대)

좌 장 : 곽준식 (동서대)

03부 논문발표

16:10~17:30

세션 18 프로모션 전략 | 211호

제목	발표자 및 공저자	토론자
Modeling Disjunctive Topic Associations with Metadata	김동수 (중앙대)* 김동엽 (가천대)	오윤경 (동덕여대)
세일즈 피치 특성과 라이브 커머스 판매 효과	정동영 (성균관대)* 진승욱 (카이스트) 강금석 (카이스트) 김태경 (경희대) 김지영 (성균관대)	박성호 (서울대)
프로모션 전략의 시너지 효과 분석: 번들링과 쿠폰을 중심으로	황인서 (연세대)* 최정혜 (연세대)	김동수 (중앙대)
라이브 커머스 판매 효과에 대한 실증 분석	황정현 (성균관대)* 배경한 (성균관대) 부찬일 (세종대) 김지영 (성균관대)	이명구 (건국대)

좌 장 : 최정혜 (연세대)

03부 논문발표

16:10~17:30

세션 19 디지털 환경과 마케팅 혁신 | 212호

제목	발표자 및 공저자	토론자
An Analysis of English Education Strategies in the Context of International Business Marketing	정혜진 (서울과학기술대)*	박지혜 (한국외대)
광고효과연구: 이동통신 사례 중심으로	백지원 (부산대)* 서해진 (부경대) 송태호 (부산대)	성민 (경성대)
온라인 여행사 모바일 앱의 서비스 품질이 소비가치, 몰입 및 구매의도에 미치는 영향: 지각된 위험의 조절효과를 중심으로	이연주 (대림대)* 최화열 (제주국제대)	김건하 (명지대)
매체 이미지가 매체 태도 및 광고태도에 미치는 영향: 무선 이어폰 영상 광고를 중심으로 The Influence of Media Image on Media Attitude and Advertising Attitude: Focusing on Wireless Earphone Video Advertisements	정재현 (명지대)* 김건하 (명지대)	이연주 (대림대)

좌 장 : 최화열 (제주국제대)

03부 논문발표

16:10~17:30

세션 20 데이터 베이스 마케팅 | 213호

제목	발표자 및 공저자	토론자
공연 가격 구조와 매출의 관계: 포스터 색상의 조절효과를 중심으로	이하정 (연세대)* 장수령 (연세대)	김재환 (고려대)
장소 브랜딩 측면에서 축제 애착이 장소감과 행동 의도에 미치는 영향: 거주민을 중심으로	최지혜 (중앙대)* 허식 (중앙대)	차문경 (한성대)
Geometric Simulation and Convex Hull-Based Product Mix Optimization for Strategic Decision-Making	김임환 (삼성전자)* 조에린 (홍콩폴리테크)	김준범 (서울대)
Gender-Differentiated Impact of Loneliness Perception on AI Robot Adoption	김동엽 (가천대)* 이은경 (Xi'an Jiaotong-Liverpool University) 황규성 (경북대)	김현경 (한양사이버대)

좌 장 : 김재환 (고려대)

03부 논문발표

16:10~17:30

세션 21 아트&럭셔리 마케팅 (산학) | 60주년 기념홀

제목	발표자
아티스트레지던시 와인비즈니스 활용사례	권미정 (한화솔루션 프리미엄 라이프스타일 사업부 팀장)
럭셔리 마케팅의 각축장, K 스타와 매거진 커버	손기연 (MCK 퍼블리싱 대표)
Supermade의 아트 & 브랜드 마케팅	박주원 (Supermade 디렉터)
가나아트 갤러리의 사회공헌 활동과 브랜드 마케팅	박주희 (가나아트센터 부장)

좌 장 : 이석규 (성균관대)

2025
AI 시대,
더 나은 미래를
위한 마케팅

2025 (사)한국마케팅학회 춘계학술대회

2025년 한국마케팅학회 사무국		2025 춘계학술대회 조직위원회 사무국	
총괄이사	이현주 (이화여대) Luo,Hong(이화여대) 윤해진(동아대/온라인관리)	총괄이사	김현지(칼빈대) 김제범(칼빈대)
		사무국장	임상윤(분당서울대병원)
사무국장	이한디(이화여대), 서수정(이화여대)	간사	김이현(단국대) 리우위허(단국대)
간사	이영지(이화여대), 최수빈(이화여대)		

KMA
(사) 한국마케팅학회
Korean Marketing Association