

2021년도 한국마케팅관리학회 춘계학술대회 비대면시대, 기업의 디지털트랜스포메이션 전략

일시 2021년 5월 28일(금)

장소 경남대학교

주최



후원



존경하는 한국마케팅관리학회 회원님 여러분 안녕하십니까?

한국마케팅관리학회 2021년 춘계학술대회에 여러분을 초대합니다.

이번 춘계학술대회는 5월 28일 경남대학교에서 ‘비대면시대, 기업의 디지털 트랜스포메이션 전략’이라는 주제로 개최됩니다. 세부 순서로는 이사회/총회, 산학특별세션, 학술발표세션 등이 있습니다. 코로나19 이후 기업경영 전반에 디지털 트랜스포메이션의 흐름이 급속하게 접목되고 있습니다. 저희 마케팅 분야도 혁신적인 기술의 발전 앞에서 일신우일신하며 변화하고 도전해야 할 시점이라 생각합니다. 오늘 다양한 발표들과 토론을 통해 좋은 인사이트를 얻고 배우는 귀한 자리가 되기를 희망합니다.

특히 이번 산학특별세션에서는 기업의 디지털트랜스포메이션과 관련하여 SK브로드밴드와 드림텍 2개 기업의 사례발표가 있습니다. 각각 통신과 의료 분야의 디지털트랜스포메이션 전략에 관한 실제적인 내용들을 발표해 주실 것입니다. 이어 일반 학술세션에서는 총 5개 세션(온라인 3개, 오프라인 2개)에서 총 27편의 흥미진진한 논문 발표가 있을 예정입니다. 소주제로는 디지털마케팅, 소비자선택, 소비자행동, 관계관리, 마케팅성과관리로 구성되어 있습니다. 산학세션과 학술세션을 통해 많은 인사이트와 통섭을 기대합니다. 그 외에도 이사회, 총회, 공로패와 감사패 증정, 논문상 시상 등 다채로운 행사들이 진행될 계획이니, 많은 참석 부탁드립니다.

이번 춘계학술대회를 위해 수고와 도움을 아끼지 않으신 학회와 산업계 회원 모두에게 진심으로 감사의 마음을 전하며, 춘계학술대회에서 건강한 모습으로 뵙겠습니다.

감사합니다.

한국마케팅관리학회장 정연승

춘계학술대회 조직위원장 곽준식



세부일정

일시 _____

2021

05.28

11:30-18:00

행사장소 _____

경남대학교

조직위원장

곽준식(동서대)

조직위원

김경진(한국교통대)

송시연(백석대)

정성광(부산외대)

주경희(조선대)

학회장

정연승(단국대)

학술대회 안내

“비대면시대, 기업의 디지털트랜스포메이션 전략”

11:30 - 12:30 | 이사회 (점심)

13:00- 14:00 | 정기총회 및 시상

- 정기총회
- 감사패 증정 (전임회장 등)
- 논문상 시상

14:00 - 15:30 | 산학특별세션

- 사회자 곽준식 교수 (동서대)
- 인사말 정연승 한국마케팅관리학회장
- 주제발표 1 콘텐츠와 커머스의 융합시대, 기업생존전략
발표 (30분) : 김혁 본부장 (SK브로드밴드 미디어전략본부)
토론 (10분) : 조성도 교수 (전남대 경영학부)
- 주제발표 2 비대면 의료시대의 디지털트랜스포메이션 전략
발표 (30분) : 최대영 본부장 (드림텍 컨버전스사업본부)
토론 (10분) : 나군호 소장 (네이버 헬스케어연구소)
- 질의응답 및 마무리

15:30 - 17:30 | 학술논문 발표세션

17:40 - 18:00 | 폐회식

학술세션 (15:30 - 17:30)

디지털마케팅 세션 (온라인)

좌장: 박주식 교수(울산대)

연번	저자	소속	논문제목	토론자
1	김경진	한국교통대	인공지능 상품과 소비자의 특특성에 관한 연구	정성광
2	부하금장 서주환	동아대 동아대	베트남 소비자들의 음식배달앱을 이용하는 요인 분석	김경진
3	정성광 곽준식	부산외대 동서대	유튜버브랜드개성, 태도 및 구독의도의 관계 :유튜버 유형을 중심으로	정강옥
4	Nguyen Thi Lan Ngoc 박주식	울산대 울산대	베트남 승차공유서비스Grab이용의도의 영향요인들간의 구조적 관계	박지연
5	정석원 정연승	단국대 단국대	라이브커머스상에서 소비자구매 만족도와 재구매의도에 미치는 요인 분석	정성광
6	박지연	울산대	스트리밍 기반 클라우드 게임 서비스의 몰입에 관한 연구 :Z세대를 중심으로	박주식

소비자선택 세션 (온라인)

좌장: 김재환 교수(고려대)

연번	저자	소속	논문제목	토론자
1	김규명 서주환	동아대 동아대	연회비에 따른 소비자가 신용카드 선택에 미치는 영향 요인	송시연
2	김종석	한국기술교육대	지식집약비즈니스서비스기업의 고객지식통합활동의 정도 : 디지털의 사례를 중심으로	강민정
3	런린안 천성용	단국대 단국대	인플루언서 유형이 구매의도에 미치는 영향: 조절초점과 지각된 진정성을 중심으로	송시연
4	이혜영 서주환	동아대 동아대	시중은행의 대면상품과 비대면 상품 선택에 미치는 영향 요인	김재환
5	조우지카이 윤성준	경기대 경기대	공유 숙박 플랫폼 용이성, 유용성, 개인화 서비스, 숙박서비스 품질이 소비자 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구 : Airbnb 사용자를 대상으로	홍재원
6	김재환 Youngju Kim Nino Hardt Greg M. Allenby	고려대 Neoma Business School Ohio State University Ohio State University	다중이산적 모형의 결합스크리닝에 관한 연구 (Conjunctive Screening in the Models of Multiple Discreteness)	정재학

학술세션 (15:30 - 17:30)

소비자행동 세션 (온라인)

좌장: 박정은 교수(이화여대)

연번	저자	소속	논문제목	토론자
1	서가뢰 최철재	단국대 단국대	The Relationship between emotional attachment and customer loyalty: The mediating effect of affective commitment.	김정근
2	서해진 송태호	부산대 부산대	공익연계마케팅의 기부 수준이 가격 공정성 지각에 미치는 영향: 제품 유형의 조절효과를 중심으로	주경희
3	이채인 김정근	오클랜드 공과대 오클랜드 공과대	코로나19가 여행 다양성 추구에 미치는 영향	이상원
4	주경희	조선대	은유적 표현의 차별적 효과: 지각된 통제감을 중심으로	장형유
5	이상원	Ball State University	Interaction Effect of Brand Name and Origin on Developed vs. Developing Country's Brand Evaluation	김도일
6	마리아 엘리자베스 김도일	울산대 울산대	E- WOM에서 사회적 유대강도와 정보의 역할	박정은

관계관리 세션(창조관 202호)

좌장: 조성도 교수(전남대)

연번	저자	소속	논문제목	토론자
1	김영언 이호택 이형탁	계명대 계명대 계명대	가맹본부의 영향전략이 가맹점의 두가지 행동과 관계성과에 미치는 영향	곽준식
2	곽대훈 이형탁	계명대 계명대	고객의 감정유형에 따른 구전동기 및 구전의도에 미치는 영향	서주환
3	김지은 조성도	광주과학기술원 전남대	인공지능 추천서비스에 의한 자율성 침해가 소비행복과 구전의도에 미치는 영향	김경민
4	채정협 이호택 김경호	계명대 계명대 계명대	프랜차이즈시스템에서 환경불확실성이 가맹본부의 영향전략과 관계성과에 미치는 영향	정연승
5	최진경 서주환	동아대 동아대	시장지향적인 기업의 마케팅전략이 기업성과에 미치는 영향 : 기업 거래유형의 조절효과를 중심으로	조성도

| 학술세션 (15:30 - 17:30)

마케팅성과관리 세션 (창조관 203호)

좌장: 박철 교수(고려대)

연번	저자	소속	논문제목	토론자
1	박용완	경상대	인공지능 기반의 자동 인식 기능이 탑재된 제품에 대한 소비자 인식 연구	박철
2	박철 이중원	고려대 고려대	문화, 호텔, 리뷰 특성이 온라인 리뷰유용성에 미치는 영향	이호택
3	전우석 이호택 김경호	계명대 계명대 계명대	방문판매사원의 판매역량이 판매행동과 성과에 미치는 영향	곽준식
4	정희석 서주환	동아대 동아대	의무휴점이 중소마트에 미치는 효과	박용완
5	왕후청 정연승 정석원	단국대 단국대 단국대	라이브 커머스에서 고객 만족과 재방문의도에 미치는 영향	강우성

오시는 길



경남대학교 창조관 :경상남도 창원시 마산합포구 경남대학로 7

문의

한국마케팅관리학회 사무국

김제범 간사

010.7585.3705

kmma2020@naver.com