목   카

프로그램 전후 및 중간광고에서의 두드러침 알림 Worce시와 감동호흡에 관한 실험연구:
 휴리스틱 및 체계적 처리의 상호작용  양병화・이정석・김성원

사회적 바채 감경이 타인과 동일한 제품을 소비하는 상황에 대한 소비자의 반응에 미치는 영향
                                        김명리・한승희

소셜미디어의 자기개념 점화에 따른 효과적인 공익연계마케팅 전략:
 메시지 지향성과 소비자 해택 속성을 중심으로  김광호・전종식

제품의 영향자유효과(art infusion effect): 영화의 유명도와 이미지를 중심으로
                                        성경신・류여호수아

CSR 관련 정보가 브랜드 태도에 미치는 영향: 브랜드 컨셉과 태도 확신성의 조절효과를 중심으로
                                        박현철・최자영・김영범

의아미네시자기기부도에 미치는 영향: 해석수준의 효과
                                        김영조

연속적인 소비행동에서의 비합리적 소비압력: 라이선스 효과와 클릭장 효과를 중심으로
                                        오민정・김은비・박종철

한국소비자의 그린기업 체택 지각에 영향을 미치는 요인의 인기요인분석: 그린기업이미지 매개효과
                                        이지혜・유승엽
한국심리학회지: 소비자·광고

발행처: 한국소비자·광고심리학회
발행인: 남승구(대전대학교 산업·광고심리학과)
주 소: (300-716) 대전광역시 동구 대학로 62
대전대학교 산업·광고심리학과 내
전 화: 010-5100-5336
E-mail: kscap99@gmail.com

편집위원장: 이상수(성문대학교 산업심리학과)
편 집 위 원: 김귀곤(금호공과대 경영학과)
양병화(강원대 심리학과)
문영동(인천대 경영학부)
신임 원: 박준식(동서대 경영학부)
김기에(중앙대 심리학과)
임현일(중앙대 산업심리학과)
선규호(중앙대 경영학부)
양병화(강원대 심리학과)
우석봉(대전대 산업심리학과)
윤대영(인천대 경영학부)
이상현(동국대 경영학부)
전호식(충남대 경영학부)
한상필(한양대 경영학부)

'한국심리학회지: 소비자·광고'는 '한국소비자·광고심리학회'의 기관지로서 연 4회 발행하며, 소비자 및 광고심리학 분야의 연구논문, 개정논문, 경험논문 및 사례분석 연구를 게재한다. 본 학회지는 학회 회원에게는 무료로 배부하며, 비회원에게는 일정한 구독료를 받고 배부한다. 비회원의 구독은 학회 사무실로 문의하기 바란다.

| 2014 | Vol. 15, | No. 4 |

THE KOREAN JOURNAL OF CONSUMER AND ADVERTISING PSYCHOLOGY
published quarterly
by Korean Society for Consumer and Advertising Psychology

This journal is issued quarterly in one volume per year. Inquiries concerning the subscription for the journal and the submission of manuscripts should be sent to: Editor, The Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology, Department of Counseling and Industrial Psychology, Sun Moon University, Kalsan-ri, Tangjeong-myeon, Asan-si, Chungnam, 336-708 Korea (E-mail: lssda@hanmail.net)

Editor: Lee, Seongsoo
Associate Editor: Kim, Gwi-Gon Kim, Gho Kim, Hyunsook Park, Jong Chul Yang, Byunghwa Yeo, Junsang Woo, Seok-Bong Yu, Seung Yeob Yun, TaiWoong Cheon, Hongsk

Korean Society for Consumer and Advertising Psychology
Department of Industrial and Advertising Psychology, Daejeon University, 62 Daehak-ro, Dong-gu, Daejeon 330-716, Korea

이 학술지는 2013년도 정부(교육부) 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 출판되었습니다.