

THE KOREAN JOURNAL OF
CONSUMER AND ADVERTISING PSYCHOLOGY

Vol. 14

NO. 3

2013. 8

ISSN 1229-8778

한국심리학회지

소비자·광고

한국심리학회지

소비자·광고

14권 3호 (2013년 8월)



THE KOREAN JOURNAL OF CONSUMER AND ADVERTISING PSYCHOLOGY

Contents

- The Impact of Promotion Type and Framing on Consumer Response:
The Moderating Effect of Consumers' Need for Cognition and Persuasion Knowledge
..... Ji-Eun Choi · Jong-chul Park
- The effect of corporate social responsibility, corporate reputation,
and social value orientation on brand attitude Yoon Yang · Jung Hwa Yoon
- The effects of two different types of envy on product liking and willingness to purchase:
The moderating role of self-esteem Hyun Jin Goo · Young Woo Sohn · Hye Bin Rim
- Psychological Effects of Nature Tourism
..... DongWoo Ko
- The Effect of Consumers' Self-Regulatory Mode on Time-Scarcity Promotion
..... Sora Baek · Sunjin Hwang · Junsang Yeo
- The Effect of Brand Image on Consumer Evaluation of Vertical Brand Extension
Products according to Technical Similarity Hwa Dong, Kim
- PPL Advertising Effects of Frequency of Exposure and Prior Brand Attitude
..... EunA Park · Yang Yoon

Published by

KOREAN SOCIETY FOR CONSUMER AND ADVERTISING PSYCHOLOGY

목 차

- 판촉의 종류와 제시형태가 소비자 반응에 미치는 영향:
소비자의 인지욕구와 설득지식의 조절역할을 중심으로 최지은 · 박종철
- 기업의 사회적 책임, 기업 명성, 사회적 가치지향성이 브랜드 태도에 미치는 영향
..... 양 윤 · 윤정화
- 선망의 종류가 제품의 호감도와 구매의도에 미치는 영향:
자아존중감 수준에 따른 차이를 중심으로 구현진 · 손영우 · 임혜빈
- 자연관광의 심리적 효과
..... 고동우
- 소비자의 조절방식이 시간한정 프로모션에 미치는 영향
..... 백소라 · 황선진 · 여준상
- 수직적 브랜드확장 시 기술적 유사성에 따른 확장제품 평가에 대한
브랜드 이미지의 영향에 관한 연구 김화동
- 노출빈도와 선형 브랜드태도에 따른 간접광고(PPL) 효과
..... 박은아 · 양 윤

한국소비자·광고심리학회

14권 3호

한국소비자·광고심리학회