

- 가

□ 가

○ , “ ”

1)

- “ 가 , ”

- 가

○ , , ,

○

- , 가

- , 가

3 (, ,)

< 1>

	SP(sales promotion),
	,
	,
	,

: (2003)

1) , 「 , 2003.

가

.

□

○

-

.

가

.

-

,

,

,

,

,

,

,가, MC

.

○

가

,

가

,

가

.

-

가

,

.

< 2>

()

	,	,	
	→	→	→
	가	(	,
	)		)

: (2010)

. (2010),“

”;

□

- BTL()
2004 ATL()
가 .²⁾
- BTL , BTL 가
.³⁾
- , 1 6,000 2 .⁴⁾
- 2008 9 3,116 ,
10~15% 9,000 1 3,000 가
.
- 2007 7,277 .
○ , 3,000
가 .⁵⁾
- 2009 1 (, KBSN) DB
3,000 .
- 100 10 ,
.
○ BTL
.

2) Joachimsthaler, E. and D. A. Aaker, " Building Brands Without Mass Media, " Harvard Business Review ; 1997, Vol. 75 Issue 1, pp. 39~50.

, 「 (The Future of Advertising) 」, 2005. LG AD Webzine, 「 BTL 」 2005.

3) ATL(Above the Line) : 4 TV, , , TV

BTL(Below the Line) : ATL , ,

4) 가 (M. 75994) , (M.745) 가 .

5) <http://www.eventnet.co.kr>

- 가가 .
-
- , 가
- , .
- , 가 , 가
- , 3%
- , , ,
- 가 가
- , 가
- .
- 가
- , BTL 4~5
- 가 가 , 7~15%
- .
- .

○ , 가 (, , , G20, ASEM)
가

- 가 가

○ .
- 가 .

○ , 가 .
○ , 가
가 .
- 가 가

○ , .
- (10 , 200)
 ,
 .

.
2,000 ~2,500 ,
 .
- ,
 .

- PDF USB .

□

○

,

.

-

.

○

가

가

,

.

-

가

.

-

,

가

가

,

가

.

□

○

가

,

가가

.

○

.

< 3>

가		(MICE)	(MICE)
		/	/
		()	()
	2009 ()	MICE ()	()

: (2010)

:

.

- ,

- ,

-

o

-

o , (가)

-

-

fee)

- , 가

(rejection

(
hscho@kiet.re.kr
(02-3299-3216)

www.kiet.re.kr