



□ 가

○ , “ ”

1)

- “ 가 , ”

- 가

○ , , ,

○

- , 가

- , 가

3 ( , , )

< 1>

|  | SP(sales promotion), |
|--|----------------------|
|  | ,                    |
|  | ,                    |
|  | ,                    |

: (2003)

1) , 「 , 2003.

가

.

□

○

-

.

가

.

-

,

,

,

,

,

,

,가, MC

.

○

가

,

가

,

가

.

-

가

,

.

&lt; 2&gt;

( )

|  | , | , |   |
|--|---|---|---|
|  |   |   |   |
|  | → | → | → |
|  | 가 | ( | , |
|  | ) |   | ) |
|  | . | . | . |

: (2010)

. (2010),“

”;

□

○ BTL( )  
2004 ATL( )  
가 .<sup>2)</sup>

- BTL , BTL 가  
.<sup>3)</sup>

○

, 1 6,000 2 .<sup>4)</sup>  
- 2008 9 3,116 ,  
10~15% 9,000 1 3,000 가

- 2007 7,277 .

○

, 3,000

가 .<sup>5)</sup>  
- 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 , 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

.

○

.

&lt; 3&gt;

| 가 |             | (MICE)      | (MICE) |
|---|-------------|-------------|--------|
|   |             | /           | /      |
|   |             | ( )         | ( )    |
|   | 2009<br>( ) | MICE<br>( ) | ( )    |

: (2010)

:

.

- ,  
 ,  
 -  
 .  
 .  
 -  
 ,  
 ,  
 .  
 .  
 , (가 )  
 ,  
 .  
 -  
 ,  
 .  
 -  
 (rejection  
 fee)  
 .  
 - , 가

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

www.kiet.re.kr