

2005 KAA



<p>9</p> <p>9</p> <p>2</p> <p>KAA 9/10</p> <p>2005</p>	<p>11</p> <p>11</p> <p>2006</p> <p>KAA 11/12</p>
<p>10</p> <p>10</p> <p>2005</p> <p>가</p>	<p>12</p> <p>12</p> <p>KAA</p> <p>2005</p>

가

가

DMB 가

가 가

가 . Arbitron 2003

1,500 가

Portable People Meter

(Radio Advertising Bureau) 4 Forrester Research

484

Portable People

(data integration) Meter

가

MRI(Mediamark Research Inc.)

가

가

MRI RFID(Radio Frequency Identification;)

TV (diary) 1987

5000

2002 Local

People Meter

, LA, 10

. Local People Meter

TV 90

Arbitron 1992 Portable Advertising Bureau)

2003 IAB(Internet

People Meter 2002 (keyword search),

People Meter TV, classifieds, , slotting

fees, interstitials, referrals 가 가 IRI(Information Resources Inc.) TiVo
 1998 56% DVR BehaviorScan
 2003 21% DVR
 2002 15% 2003 35%
 가 google, yahoo
 가 (videomining)
 3
 (data integration)
 click-through cost-per- (data integration)
 keyword가 DoubleClick
 가 가 가 가 가
 가 가 가 가 가
 가 가 가 가 가
 GPS(Global Positioning System) Portable Single
 GPS Meter가 People Meter Source 가 가 가
 GPS
 OTS(Opportunity To See) 가 가 가
 'Ad-ID'
 ID
 PPL(Product Placement) RFID(
)
 2004 Place Views 가
 TV product placement 가 ARF(Advertising Research Foundation)
 (data integration) "
 DVR(Digital Video Recorder) 가 가 가
 2009 가 41% "



(brain-image)
 가 가 ARF
 ARF 7 가
 (consumer engagement) 가
 가 ARF 가
 OTS(opportunity VAI(visibility adjusted
 to see) impacts) 가
 VAI 가
 (interactivity) 가
 (control) 가
 process) 가
 (Leckenby and Li, 2004;
 Pavlou and Stewart, 2000; Rodgers and Thorson, 2000). 가가
 가
 가
 click-through
 cost-per-keyword
 JAR(Journal of Advertising Research) 가
 Hall(2004)
 가

