



졸업작품
GRADUATION EXHIBITION



Art poster / Advertisement

헬스 및 요가 관련 기구인 폼롤러를 광고하는 광고포스터이다. 폼롤러의 효능인 스트레칭과 척추의 유연성을 사람의 측면형상을 띄는 숟가락에 비유해 유연성을 기르는데 도움을 준다고 표현하였다.



Art poster / Advertisement

헬스 및 요가 관련 기구인 폼롤러를 광고하는 광고포스터이다. 폼롤러를 줄세우듯 표현해 척추의 형상을 띄도록 표현하였고, 이는 기구의 효과를 보다 직관적으로 표현하기 위해 위와 같은 기법을 사용하여 표현하였다.



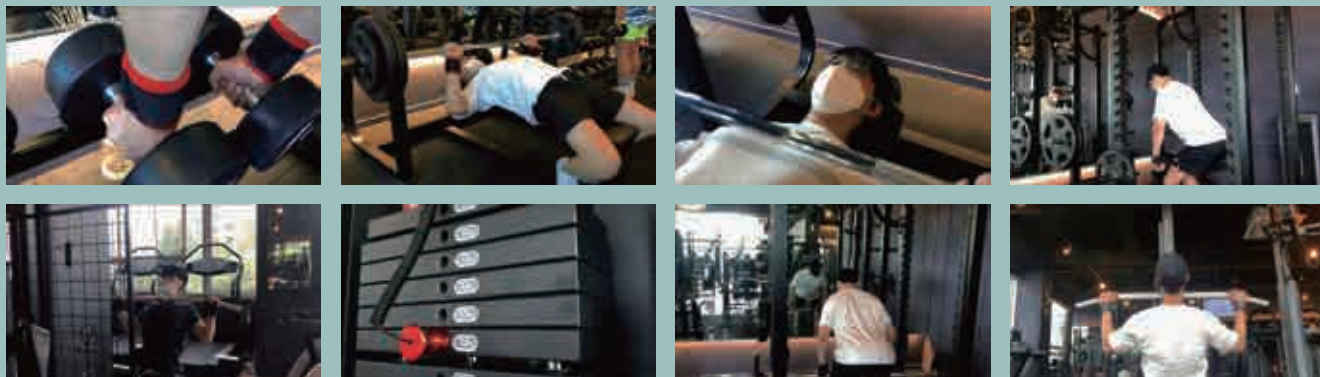
Package
INSOMNIA ENERGY DRINK

'INSOMNIA'라는 단어의 뜻이 불면증이라는 것을 활용하여 불면증이 생길 정도로 강력한 각성효과를 지닌 에너지 드링크 제품을 디자인하였다. 현대사회에 운동은 건강과 직결된 부분인만큼 실생활에 있어 활용도가 높은 즉형태의 패키지와 에너지바의 형태로 표현하였다.



Motion Graphics
오늘의 운동

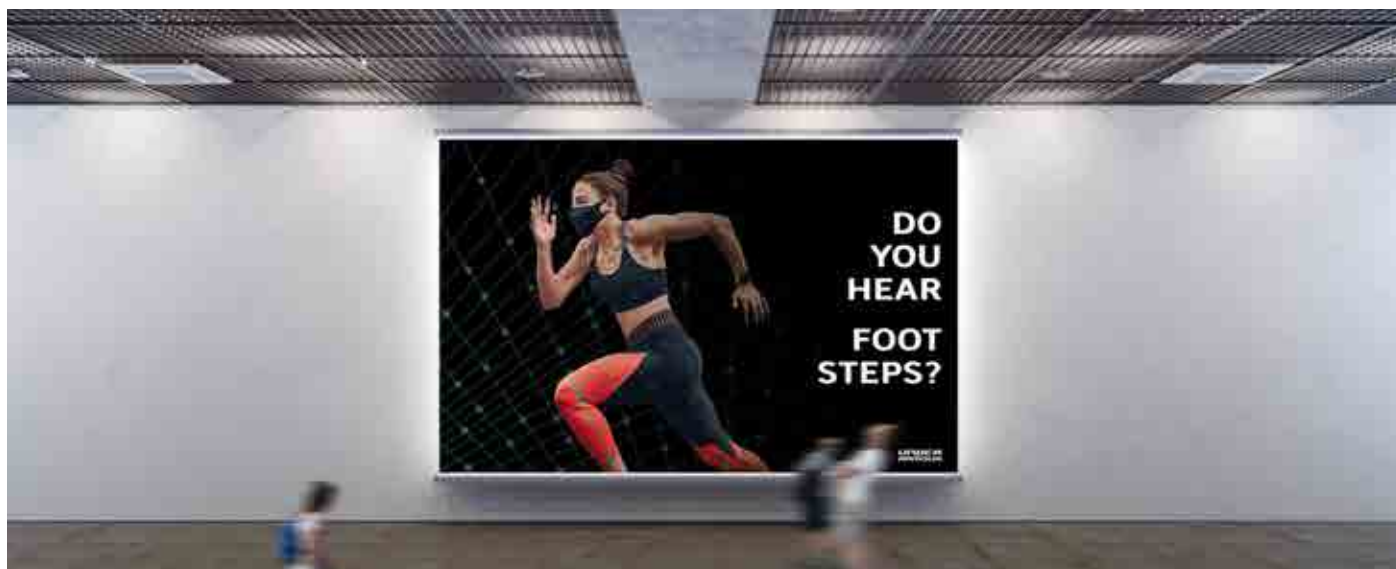
운동을 주제로 한 데일리 모티베이션 영상을 다양한 촬영기법과 사운드가 인상적인 음악과 함께 표현하였다. 전체적인 분위기를 지루하지 않도록 짧은 컷들을 활용해ダイナ믹하게 표현하였다.





Brand Identity
UNDER ARMOUR

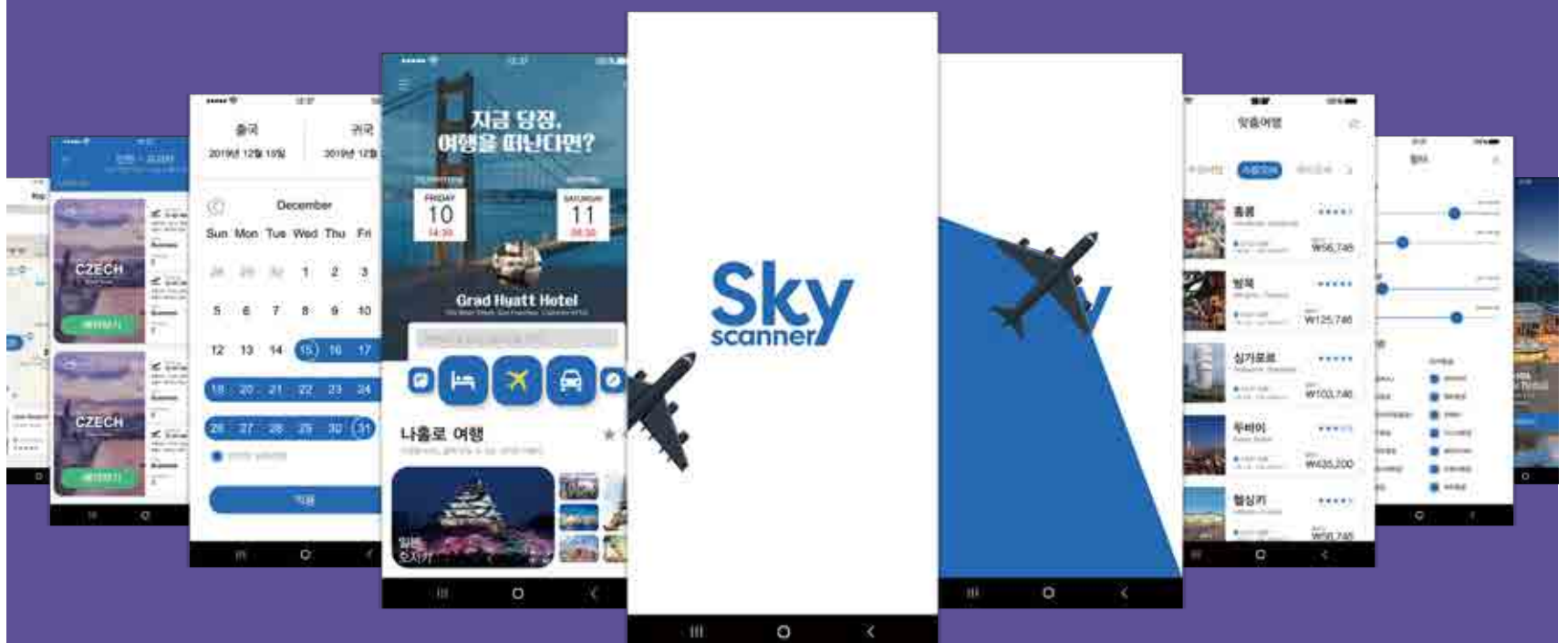
언더아머라는 브랜드는 현재 스포츠 의류 시장가치 3위를 달리고 있을만큼 급성장한 스포츠 브랜드다. 기존의 브랜드가 추구하는 기능성과 효율성이란 단어에 걸맞게 심볼을 공학적인 요소로 불리우는 선과 점을 이용해 표현하고, 단조로운 컬러에서 탈피하고자 포인트컬러를 활용해 표현하였다.





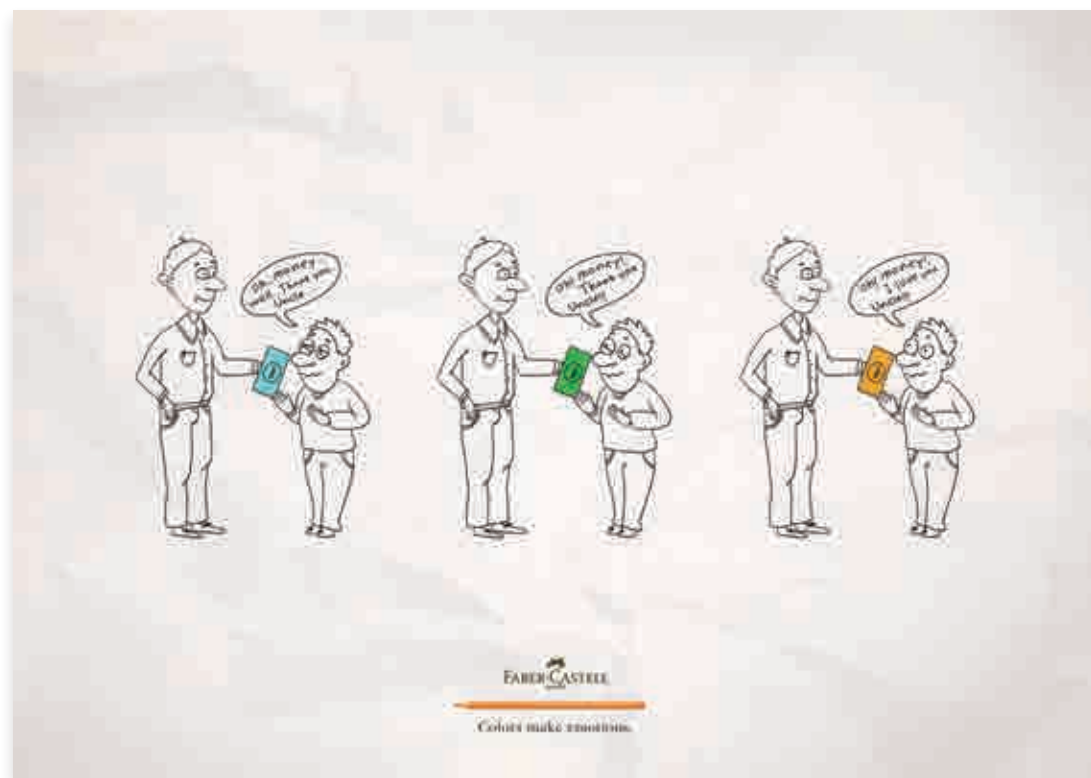
UX UI 스카이스캐너

앱 트렌드에 맞추어 전체적인 포맷을 플랫폼에 방향을 잡고,
클릭되는 부분위주로 입체감을 주어 컴팩트하게 디자인을 표현하였다.



advertising

파버카스텔의 색은 감정, 다름을 만든다는 의미이다.



FABER-CASTELL
since 1773

FABER
CASTELL

brand identity

파버카스텔은 고급 미술용품 브랜드이지만 최근 어린이 제품도 출시하며 새로운 모습을 보여주고 있다. 이에 맞춰 리브랜딩을 진행했다.





brand identity

어린 사용자층에 맞게 간결한 산세리프 로고를 제작하였고 제품들을 사용하여 즐거워하는 모습의 캐릭터를 통해 친근함을 주고자 하였다.



package

차 브랜드 tt:의 슬로건 '차와 함께 하는 여행'의 의미를 담아 한국 일본 중국의 전통 예복과 문양을 그려 넣어 패키지를 제작하였다.





motion graphics

색은 감정을 담고있다고 생각한다.

각 색마다 떠오르는 감정들을 GIF로 만들어 영상을 제작했다.



editorial

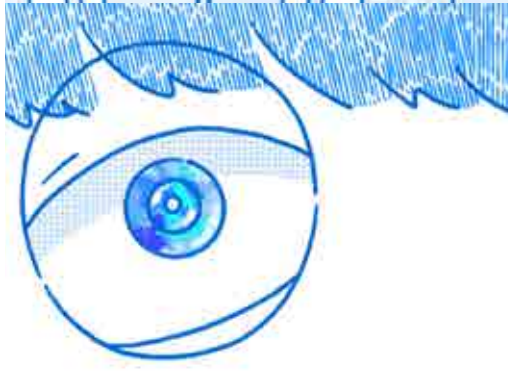
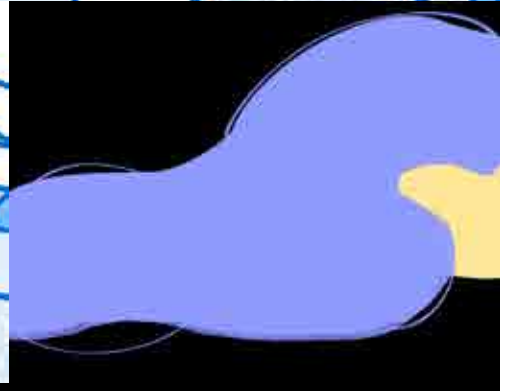
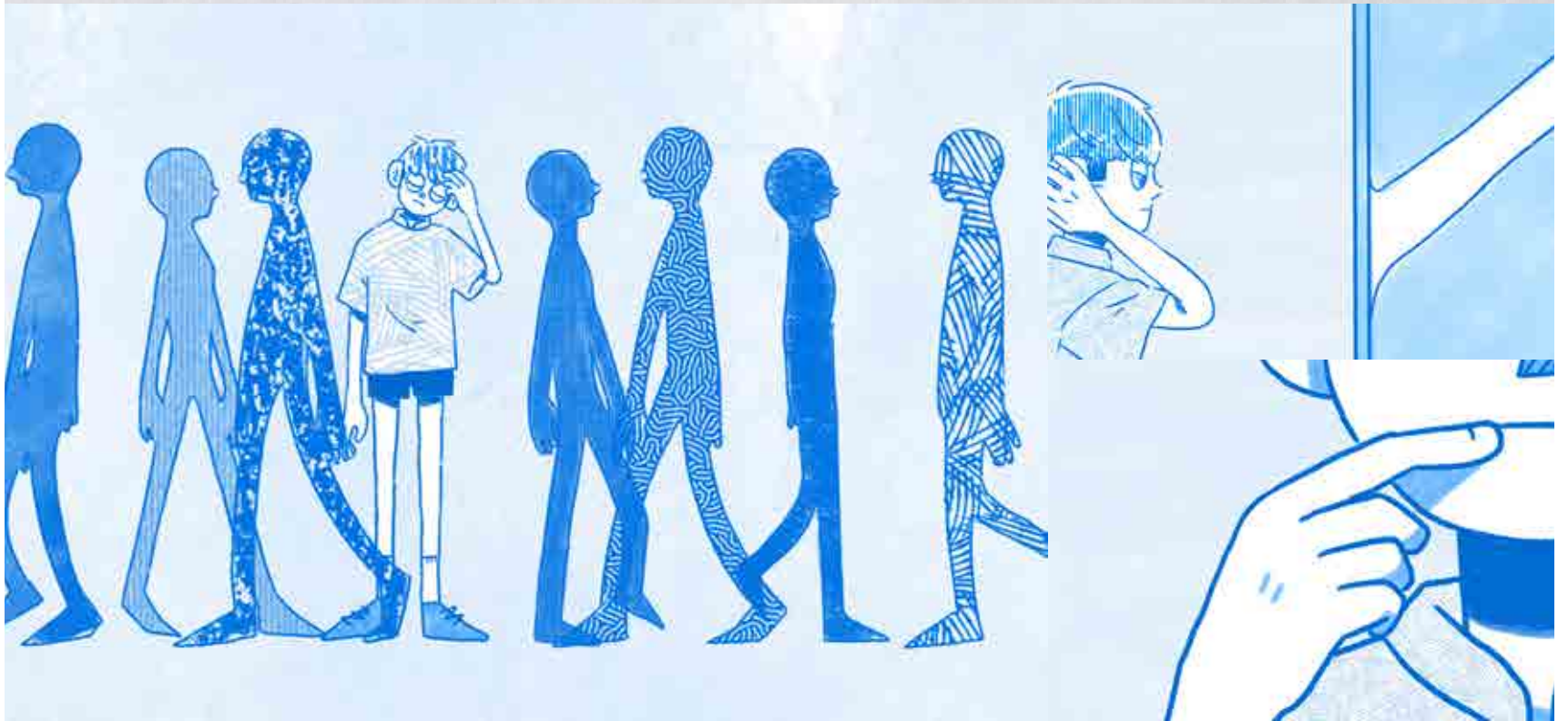
고흐는 마음의 구멍으로 아름다운 작품을 탄생시켰다. 그 구멍에 초점을 두어 인생과 작품 일대기를 표현하였다. 1인칭으로 서술하였고 책에 뚫려있는 구멍들을 통해 그때 당시 고흐의 마음을 표현하였다.





LOOK FOR ME

LOOK FOR ME는 '나를 찾다'라는 뜻으로 성인이 된 후 꿈과 자아를 잃어버린채 살아가는 주인공이 거짓된 삶을 사는 것에 지쳐 진정한 자아와 꿈을 찾아 나아가는 내용이다. 셀로판지와 애니메이션으로 콜라주 작업하였다. 초반 주인공의 암울한 기분을 블루 컬러를 통해 극대화하고 주인공이 꿈을 찾았을때 그 기쁨은 밝은 컬러로 표현하여 컬러의 대비로 주인공의 기분을 시각적으로 보여줬다.





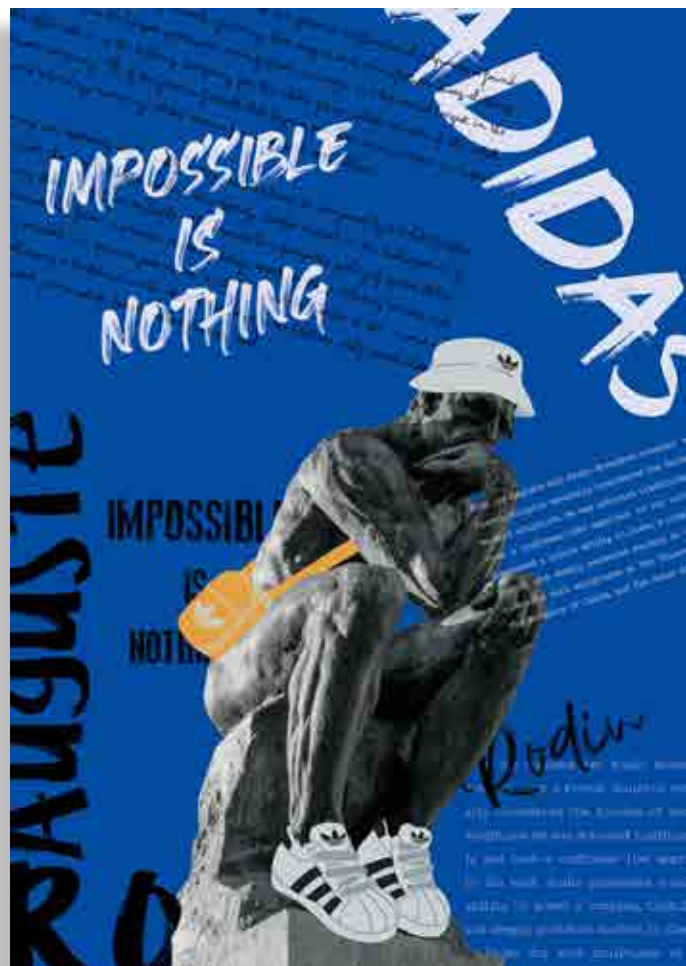
아디다스의 아이덴티티인 3선을 모티브로 가져가 로고를 제작하였다. 타이포 로고를 세리프로 변형하고 기울기를 넣어 스포티한 느낌을 살리고 로고에 들어가는 원형은 통통튀는 아디다스의 활발하고 역동적인 모습을 형상화해 정 원의 형태로 만들었다. 로고의 형태 안에서 원과 선을 이용하여 패턴을 만들었다.



HEM Incense Stick

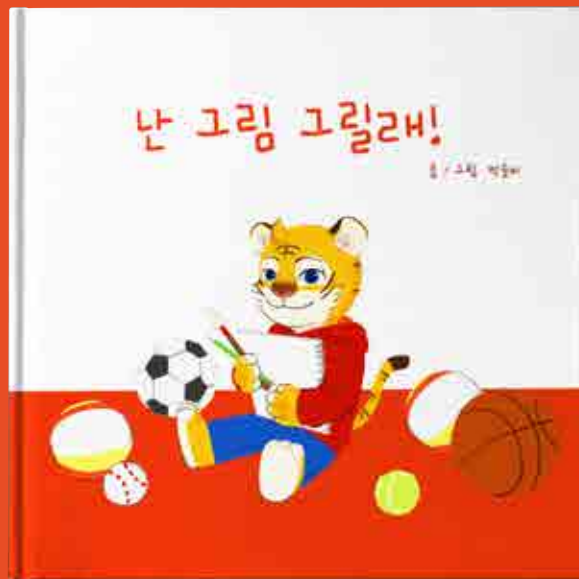
인센스 스틱은 따로 정해진 향이 있는것이 아니라 그 분위기를 표현한 향이 많다. 그래서 이미지를 따로 넣지 않고 향의 분위기를 캐치한 후 일러스트로 그려 패키지를 제작했다. 컬러 또한 몽환한 느낌의 인센스틱 이미지에 맞춰 사용하였다.





ADIDAS _ART POSTER

아디다스 아트포스터로 아디다스의 슬로건인 'Impossible Is Nothing'을 모티브로 제작하였다. 입체적인 다비드와 생각하는 사람 조각상을 가져와 그 위에 그와 상반되는 평면적인 일러스트로 아디다스를 그려내 포스터에 재미를 주었다.



나 그림 그릴래! _동화

'나 그림 그릴래!'라는 동화책은 사람들의 편견이나 어른들의 욕심때문에 힘들어하는 아이들에게 위로를 주고, 어른들에겐 자신의 욕심으로 아이들에게 억지로 힘든일을 강요하진 않았는지 돌아보게 하는 책이다. 간단한 줄거리는 주인공인 호랑이 '용기'는 호랑이라는 이유와 육식동물이라는 이유로 자신이 하고싶은 일에 대해 억압 받는다. 그러다 사슴 '희망이'를 만나며 자신이 진정으로 원하던 것이 무엇인지 찾고 그 과정에서 용기의 모습을 보으며 용기의 할머니가 자신의 욕심때문에 용기에게 강요했던 지난 일들을 뉘우치며 끝이난다.





advertising

everything from A to Z

영화 고흐의 자화상에는 귀가, 모나리자에는 눈썹이 존재하지 않는다. A부터 Z까지 모든 것을 판매하는 아마존에서는 고흐의 귀와 모나리자의 눈썹까지도 구매할 수 있다는 메시지를 담았다.



everything from A to Z
amazon

amazon c.mc.zon

전 세계 상품을 즐길 수 있는 가장 큰 전자상거래 기업
아마존과 세계에서 가장 넓고 다양한 생물이 사는 열
대우림 아마존이 닮아있다고 생각하였다.

소비자들과 소통한다는 유연한 느낌의 워드로그를 제
작 후, 자연 속 정글이 느껴지는 그래픽 요소와 꽃을
심볼마크로 제작하였다.



심볼마크는 씨앗을 겹쳐 꽃을 형상화함으로써, 아마존도 꽃이 된
씨앗처럼 넓게 뻗어 나간다는 긍정적인 메시지를 전달한다.





package

NewOrigin

Amazon Camucamu Vitamin

아마존의 강인한 야생동물들의 에너지와 사람들에게 활력을 주는 비타민이 담겨있다고 생각하였다. 또한 아마존의 까마까무열매를 활용하여 두 가지 요소를 스토리텔링 하였다.





poster

NASA_Mars Residence Project

지구가 아닌 화성에 사람이 가서 산다는 것과 실제 가능성이 제기되어 많은 일이 이루어지고 있다는 사실이 흥미롭고 재미있어서 이 주제를 선정하였다.

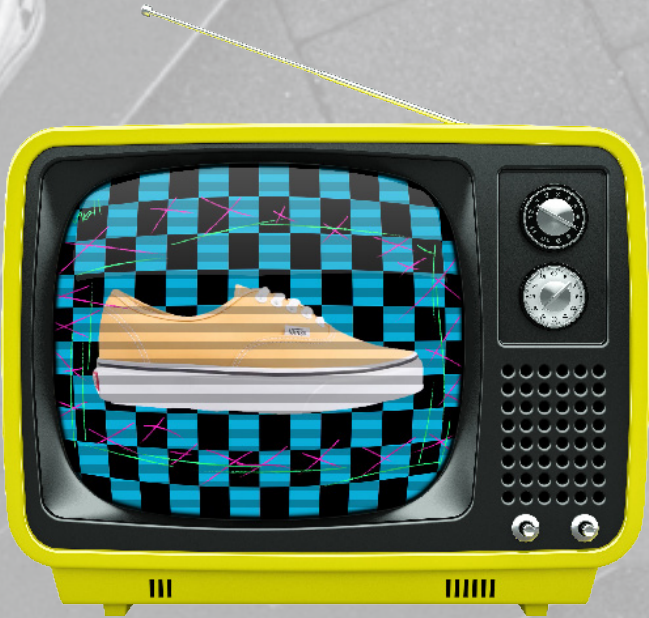


editorial

The story of the geeks who changed the world.

전 세계적으로 여성발명가의 특허 출원은 전체의 13%에 못 미친다. 세상에 알려지지 않은, 우리가 모르는 여성 발명가들의 업적은 무수히 많다는 것이다.

훌륭한 업적을 이뤄낸 발명가들의 이야기를 세상에 알리며 물건의 출처를 알고 감사하는 마음을 가지고자 하는 의도로 책의 내용을 구상하였다.



VANS
"OFF THE WALL"

브랜드 VANS의 색깔을 보여줄 수 있는 컨셉영상을 제작하였다. VANS의 도전적이고 자유로운 모습들을 담고자 의도하였고, 연관성이 깊은 스케이트보드에 대한 영상을 함께 넣어 브랜드스토리를 더욱 부각시키며, 레트로 적인 느낌을 구현해내었다.





NANO X

RUN. JUMP. LIFT. REPEAT.
여디서나 완벽하게



Reebok

ADVERTISEMENT

REEBOK SHOES

리복의 신발들을 추상적으로 표현한 아트 포스터





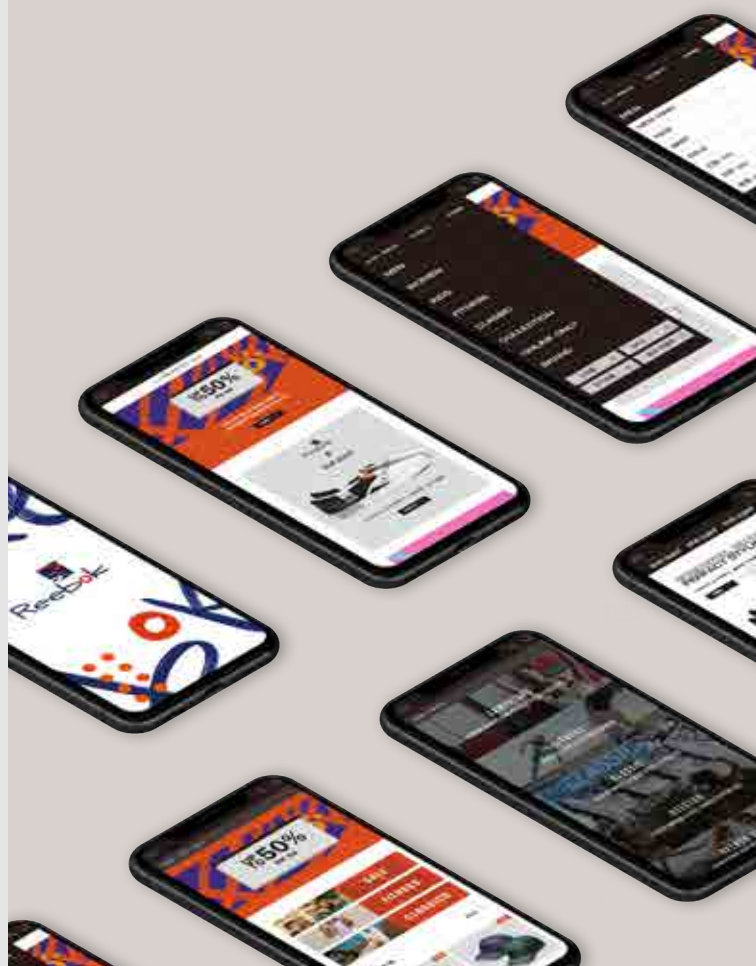
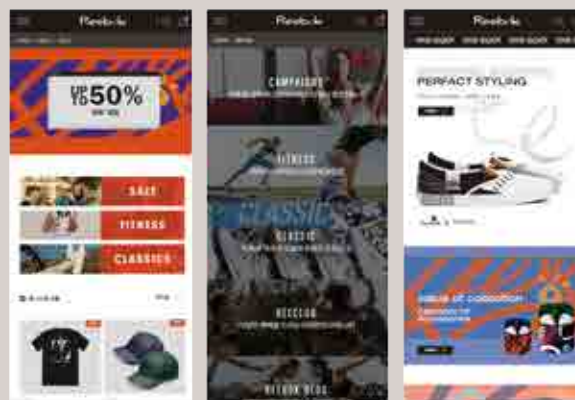
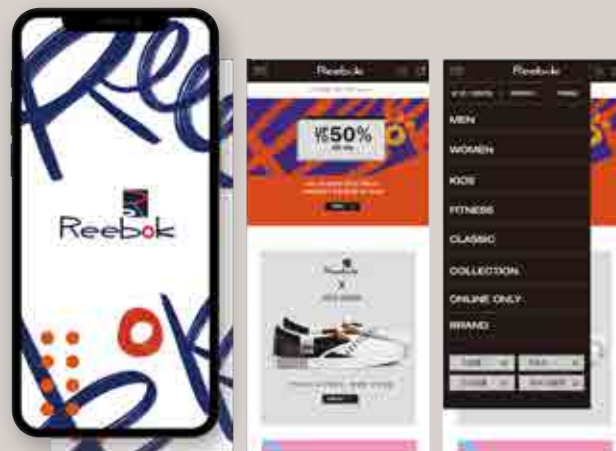
스포츠브랜드 느낌이 강한 리복을 캐주얼하게 리디자인했다.
아이덴티티 자체를 타원으로 잡아 로고 타이포를 디자인 했으며
다양한 생활용품에서 타원, 원형, 점선 등 로고에서 사용된 그래픽
요소를 찾아볼 수 있다.





UX/UI BRAND REEBOK APP

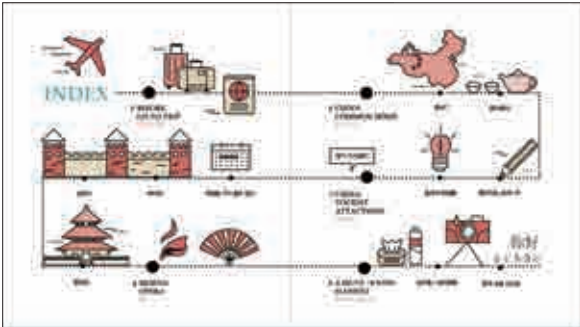
브랜드 리복의 앱 디자인으로
레드 계열, 블랙, 블루 톤을 사용하여
아이덴티티와 맞게 제작





EDITORIAL CHINA

세계 곳곳 여행의 여유를 즐기는 사람이 많은 요즘, 여행을 가기 전 사람들이 그 나라에 대한 기후,음식,관광지 등 정보 전달을 목적으로 한손으로 들고 다닐 수 있는 가이드북 제작 커버 및 챕터가 끝날 때 PVC를 넣어 한 층 더 흥미있게 읽을수 있다.



PACKAGE Jouvancebell



아름다움과 청춘이라는 단어를 합쳐 향수 브랜드로서 봄, 여름, 겨울의 별자리와 그에 따른 탄생화를 빈티지 일러스트로 고급스러운 향수 분위기를 표현했다.

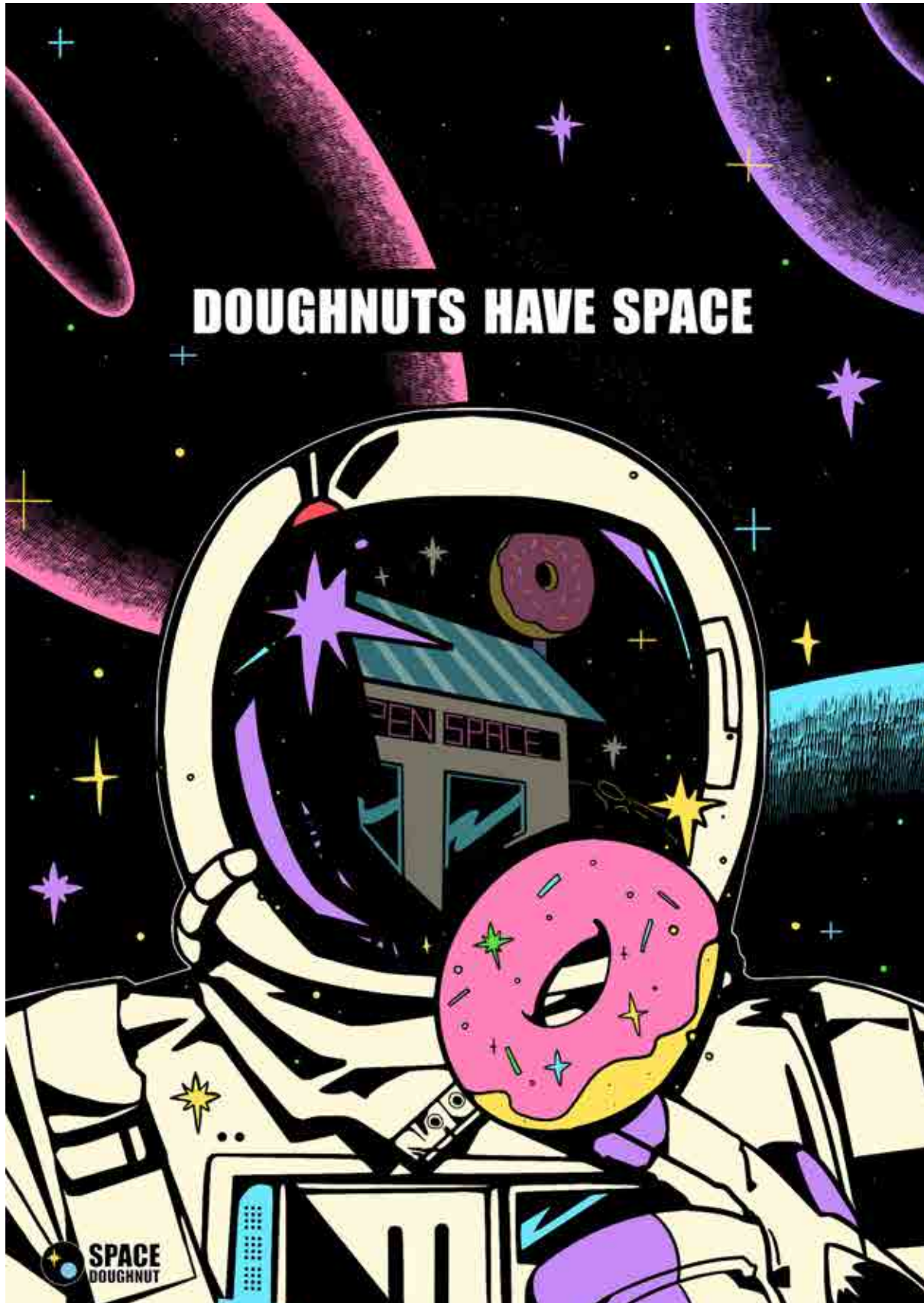


Advertising 인천 펜타포트 락 페스티벌 2020
락 페스티벌에 걸맞게 선과 가공한 그래픽을 통해 스타일리시적으로 표현한 포스터 광고

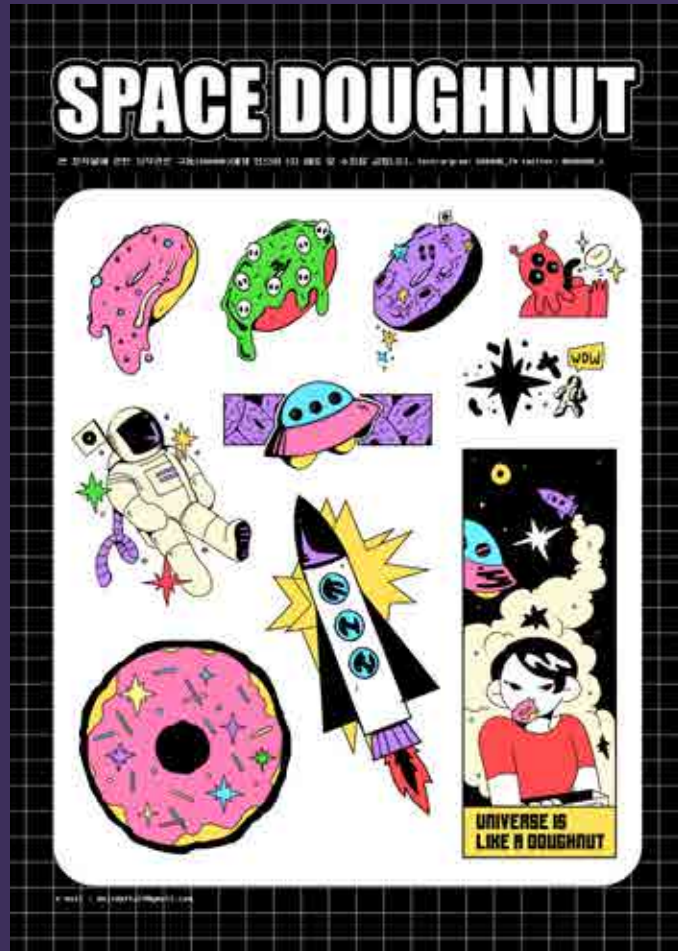


Advertising 자작 브랜드 < Space Doughnut >

도넛 프랜차이즈 스페이스 도넛의 캐치 프라이즈를 소개하는 광고 포스터를 일러스트로 표현







Package 자작 브랜드 <Space Doughnut>

창작 도넛 프랜차이즈 브랜드 <스페이스 도넛>. 우주에서 가장 맛있는 도넛이라는 컨셉으로 마케팅. 캐치프라이즈는 Doughnut have space. 도넛은 공간(우주)을 가지고 있다는 말장난이다. 많지 않은 색과 키치한 레트로로 전반적인 디자인과 브랜드 아이덴티티를 잡았다. 브랜드 컬러와 전반에 걸친 일러스트를 이용하여 스티커, 로고, 테이크아웃 컵, 도넛 박스 등의 디자인을 구상했다. 단순히 음식을 파는 것뿐만이 아니라 브랜드 아이덴티티로도 충분히 즐겁고 유쾌한 감각을 주기 위해 보다 단순하고 창의력적인 소재를 차용.

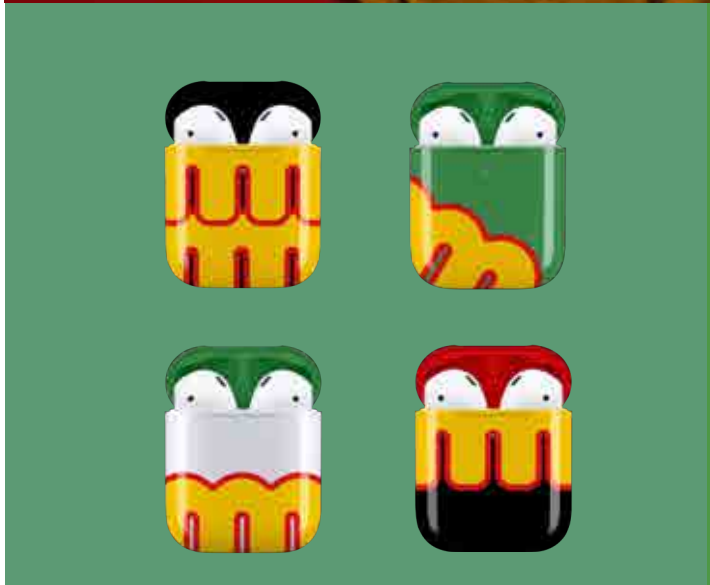


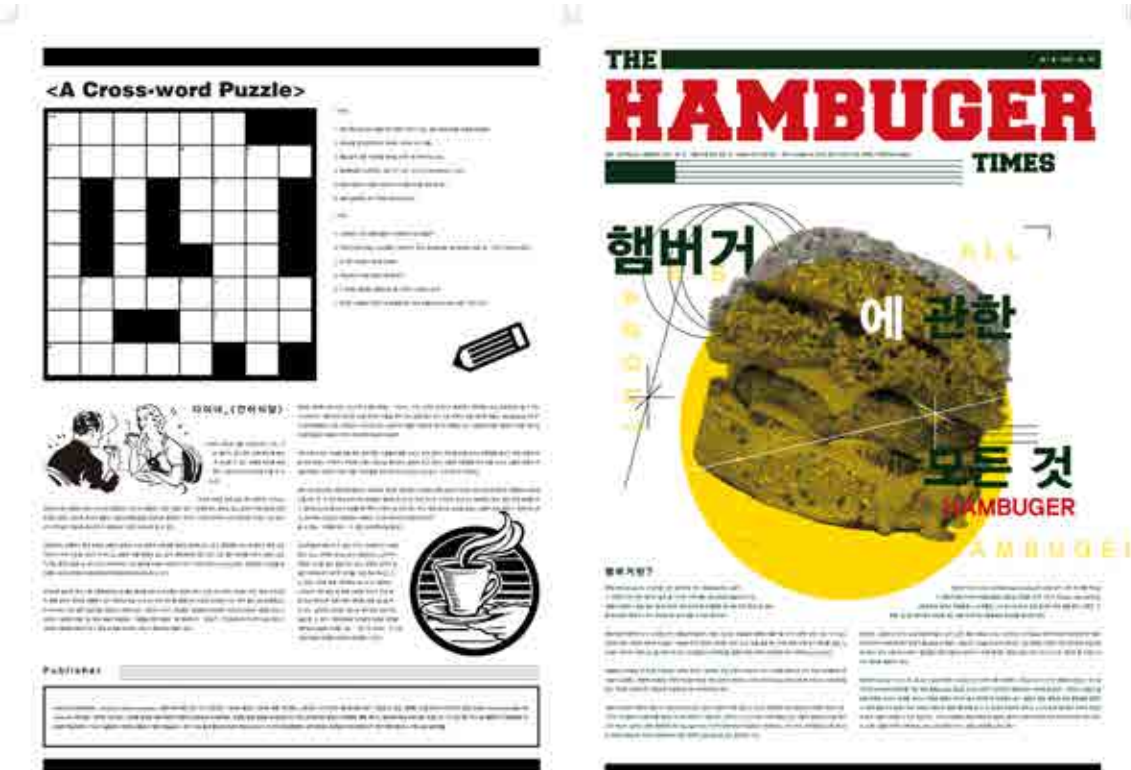
SPACE DOUGHNUT



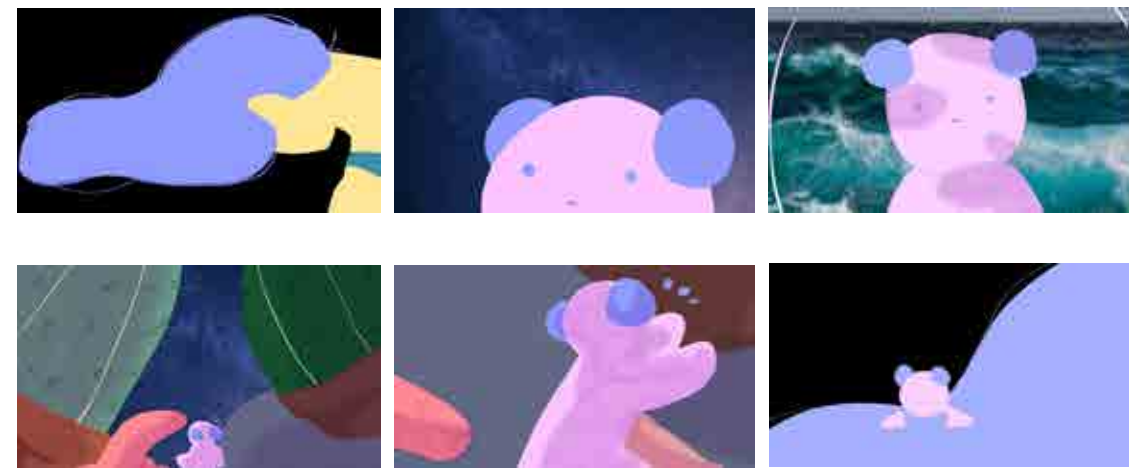


Brand Identity 맥도날드 리디자인
 (좌)오리지널 로고를 재구성해(우)리디자인 로고를 디자인했다. 패스트푸드 프랜차이즈라는 특징을 이용해 식욕을 돋우고 확실성이 좋은 컬러를 배치. 기억에 오래남기 위해 간단하게 디자인





Editorial 햄버거에 관한 모든 것
 식당 메뉴판 옆 정보를 주는 뉴스레터로 제작했다. 총 8 페이지이며 햄버거의 역사, 세계의 햄버거, 레시피, 십자말 풀이 등 햄버거에 관련된 흥미로운 정보를 집약해 아카이빙했다.



Motion graphics < Melancholy >
 멜랑콜리. 우울과 비관주의에 해당하는 인간의 기본적인 감정중 하나로 시각화 하여 자기자신을 보듬는 의미의 애니메이션을 구성했다.



Be smooth and nonstick

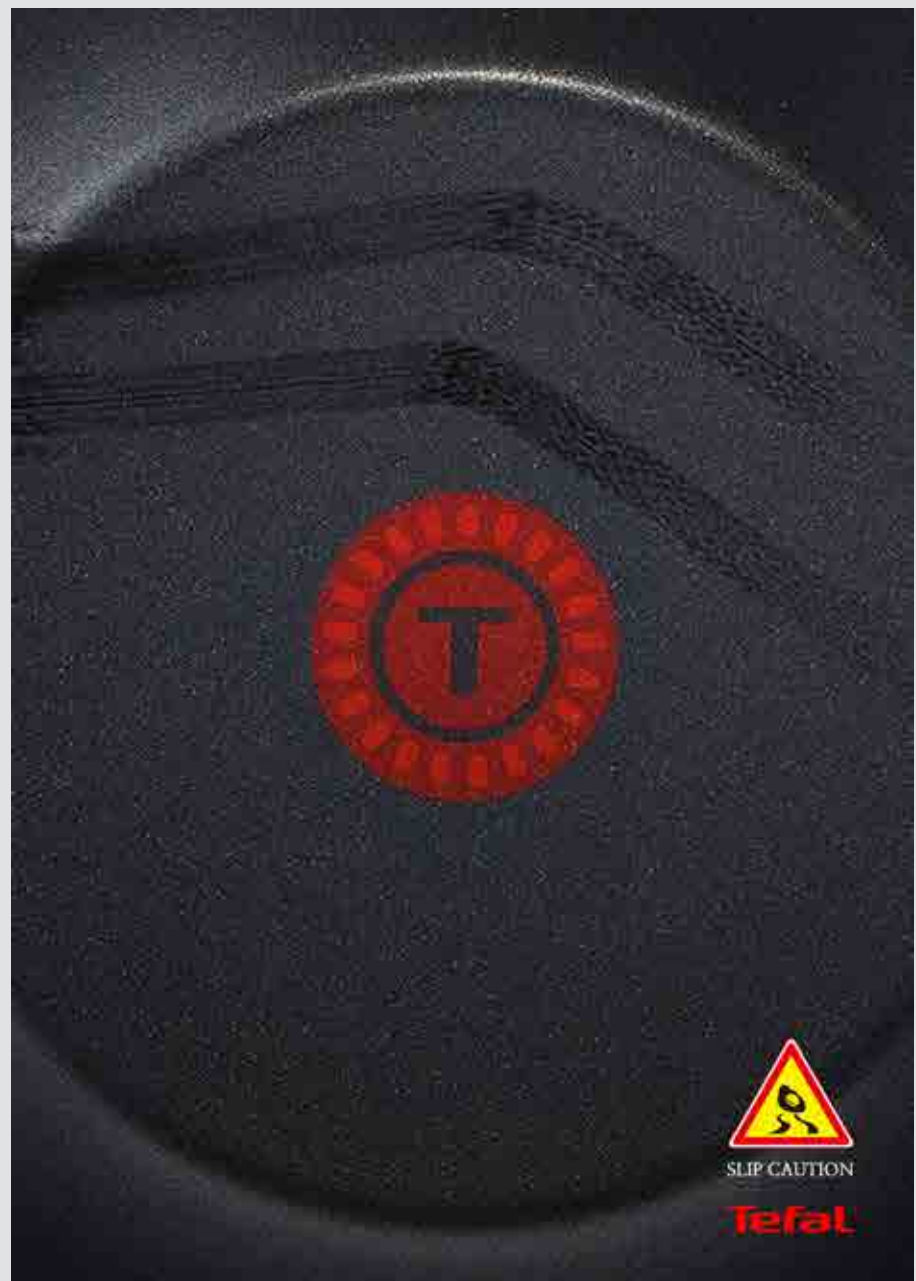
프랑스의 대표 주방제품 브랜드인 Tefal의 시그니처 제품인 후라이팬의 기능을 나타낸 광고 포스터이다. 달라붙지 않고 잘 미끄러지는 점을 이용해 빙판 스포츠인 컬링에 대입해 컬링스톤이 후라이팬에 잘 미끄러져 나아가는 이미지를 만들어냈다.

Tefal

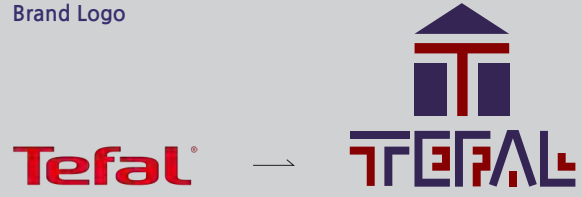
Be smooth and nonstick

SLIP CAUTION

프랑스 대표 주방제품 브랜드인 'Tefal'의 후라이팬의 특징점을 살린 광고를 제작했다. 후라이팬을 도로로 표현해 도로 미끄럼방지 표지판을 삽입해 음식을 조리할 때 잘 눌러붙지 않고 매끄럽게 요리되는 점을 강조했다.



Brand Logo



프랑스의 주방제품 대표 브랜드인 테팔을 기존의 이미지에서 탈피해 가정에서 사용하는 친근한 이미지로 재해석해 제작하였다. 대표 제품 말고도 다양한 제품 바リエ이션으로 다양한 컨셉과 '집'을 메인 컨셉으로 지정해 일러스트레이션으로 제작한 패턴을 다양한 제품에 활용할 수 있도록 디자인하였다.






Paul Bessett

Package Design

커피 브랜드인 'Paul Bessett'의 커피 원두를 뱀의 일러스트를 삽입해 제작하였다. 다양한 원산지 원두의 맛을 이국적인 동물인 뱀으로 표현하여 가지각색의 원두를 흥미로운 맛을 느낄 수 있도록 패키지를 제작했다.





Editorial Design

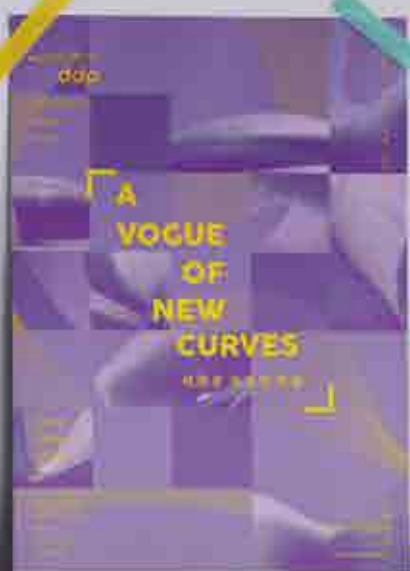
The Moon

인간들은 신화적으로 달의 신비로움을 표현하였다. 예로부터 전해져 내려오는 이야기와 달을 탐구했던 과학자들의 이야기를 책으로 풀어 제작하였다. 신화는 레드, 과학적인 내용은 블루, 과학자들의 이야기는 블랙으로 컬러로 나누어 디자인했다. 이 책을 통해 많은 예술가들의 영감을 주었던 달에 대해 탐구하는 시간을 가져보고자 책을 디자인했다.



A VOGUE OF NEW CURVES

서울의 랜드마크로 자리잡은 동대문디자인플라자(DDP)를 소개하는 포스터이다. 앞면에는 다양한 곡선을 가진 DDP의 외관을 그래픽적으로 표현하여 디자인하였고 뒷면에는 DDP의 역사와 다양한 비하인드를 나타내는 내용을 담았다.





advertising

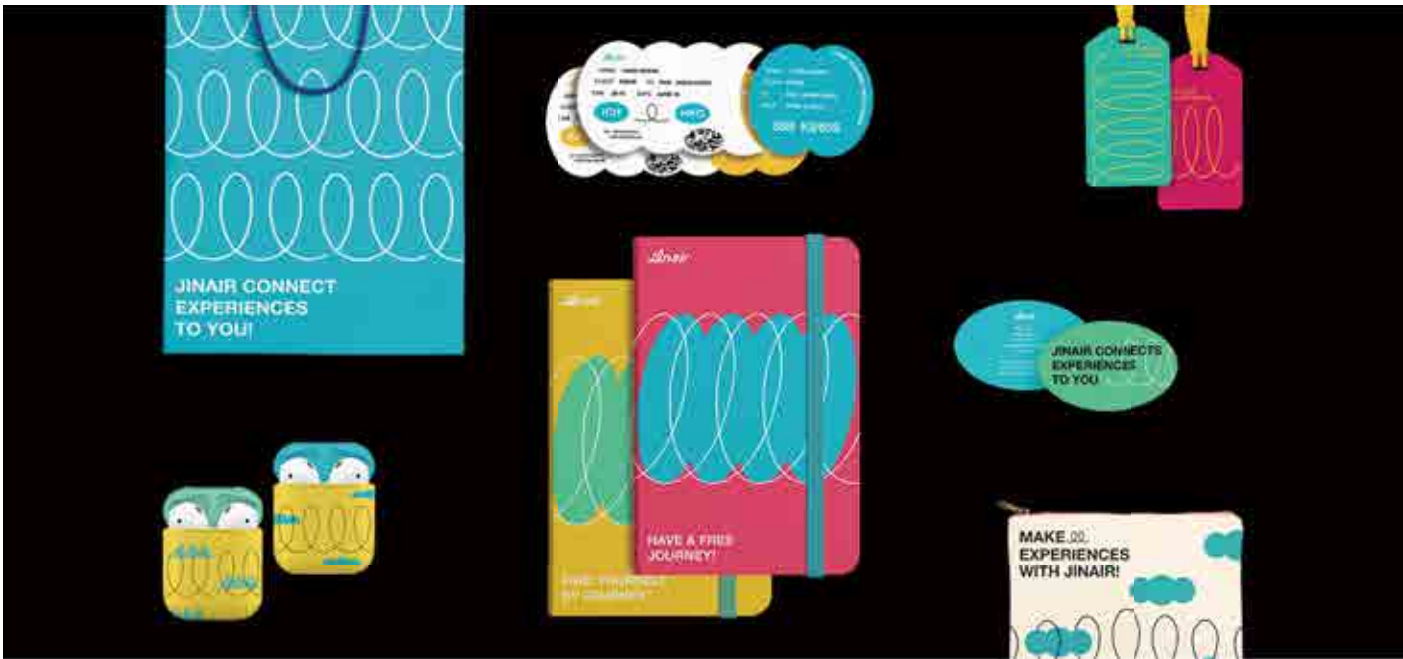
Like_____. 디퓨저의 대표적인 향인 orange farm과 seaside의 장소 일러스트를 제작하여 제품의 향이 좋은 기억들을 불러 일으켜 기억 속 장소에 있는 듯한 느낌을 준다는 브랜드 컨셉을 담았습니다.





A large digital billboard in a modern, brightly lit indoor space, possibly a train station or airport terminal. The billboard displays a scenic image of a person sitting on a suspension bridge over a river, with a large, stylized red 'X' graphic overlaid on the image. The text "MAKE YOUR FREE EXPERIENCES WITH JINAIR" is visible on the left side of the billboard, and the "Jinair" logo is in the top right corner.





package

Like _____.

Like _____는 여러분이 직간접적으로 경험한 좋은 기억들을 향으로 불러일으켜 지루하고 평범할 수 있는 여러분의 일상을 바꿔주는 라이프스타일 디퓨저입니다.



EMOTION BROCHURE

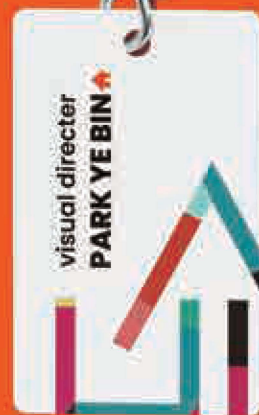
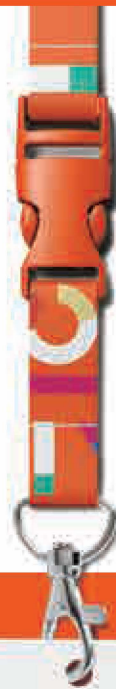
최근 개인,나 자신의 삶을 더 중시하는 시대가 오면서 자기 자신을 잘 알고 돌볼려면 자신의 감정을 잘 컨트롤 할 수 있어야 하기 때문에 감정에 대한 기본적인 이해가 필요하다 생각하여 기본적이고 보편적인 감정이라고 생각한 감정 2가지인 분노,사랑을 포스터형 브로슈어로 만들었습니다.



내 치즈는 누가 훔쳤을까? mini book

누가 내 치즈를 훔쳤을까? 라는 책의 숨겨진 작가의 의도, 등장인물 분석등 책을 읽기전후 책을 이해도를 높힐 수 있도록 도와주는 내용들을 담은 mini book을 제작하였습니다.





HANSSEM RE-BRANDING

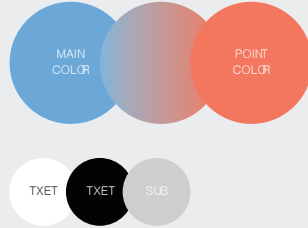
한샘은 각자의 사물들을 하나의 공간으로 만드는 실내장식 기업이다. 본 작업은 기업 이념이 아닌 그들의 행동성에 초점을 맞추어서, 다채로움이 만들어 내는 하나의 공간이라는 점을 착안하였다. 여러 형과 색을 이용해 '집'의 구조에 추상적으로 배치하여 하나의 심볼로고를 제작하였다.



WEPLY MONEY APP RE-DESIGN

COLOR

금융 관련 어플이니만큼 신뢰감을 줄 수 있는 색상을 사용하고 사용자들에게 객관적인 인지가 가능한 색을 강조색으로 선정 하였습니다.



TYPOGRAPHIC

고딕의 가독성이 좋은 폰트를 사용하여 굵기를 이용해 강조하는 부분의 차별성을 구현 하였습니다.



GRAPHIC STYLE

금융을 다루는 어플은 딱딱하고 지루하다는 이미지가 있기 때문에 다양한 일러스트와 그래픽 아이콘의 디자인을 트렌디한 스타일로 구현 하였습니다.



LOGO

가게부 라는 대표적인 이미지에서 착안하여 공책의 형상을 구현하고 그래픽적인 패턴을 이용하여 위플머니의 W를 강조하였습니다.



이리저리 옮겨다니기 귀찮아 한꺼번에 다 확인하자!

연동된 카드들을 한 번에 담기고 송금 모션으로 확실하게 작성할 때는 카드의 번호를 구별하고 작성을 마친후에는 자동으로 평가하기 함수로 이동하여 이리저리 볼 필요없이 모든 작업을 한 번에 가능하도록 디자인 하였습니다.

페이지 이동이 아닌 스크롤 형식의 페이지를 통해 사용자로 하여금 많은 이동이 필요하지 않아 더욱 평가하는 데에 편의함을 느낄 수 있습니다.



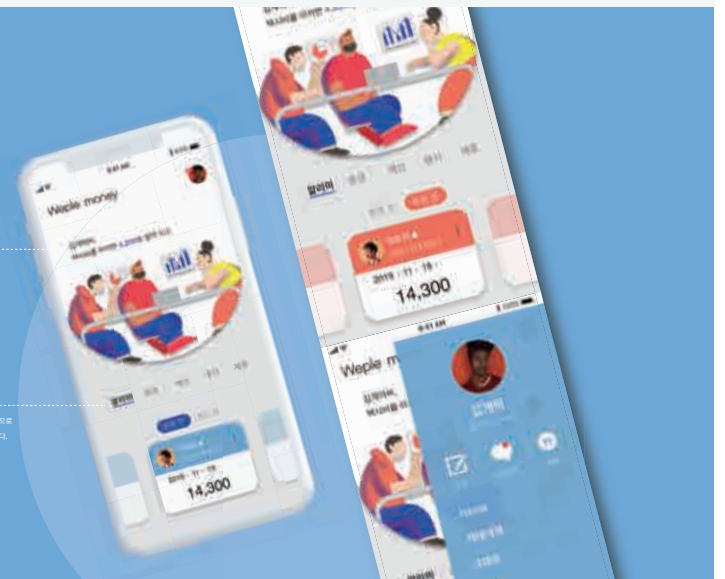
카드와 현금의 구별에 따라서 호기를 적용하여 직관 동전을 쌓아 돈을 모으고 있는 이미지를 부여합니다.

한 눈에 보는 나의 작은 재무 관리자!

단순히 작성을 위한 가게부 어플이 아니라 나만을 위한 가게부 어플인것 지어

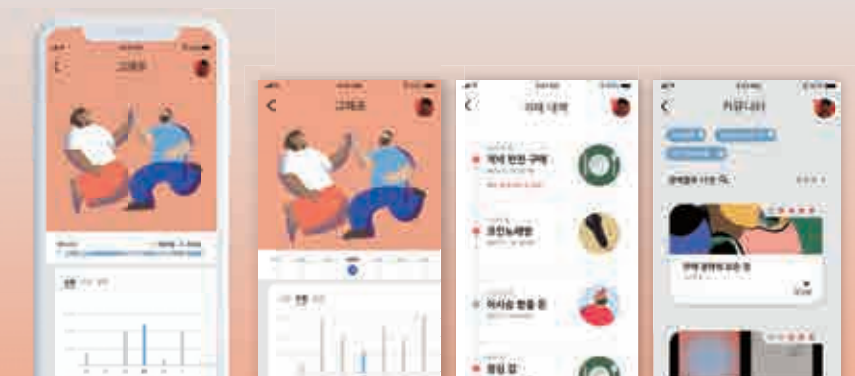
위스넵의 느낌을 강조하기 위해서 사용자의 이름과 일러스트를 간단하게 안내합니다.

대표적인 가게부 평가를 홈페이지에 배치하여 카드 형식으로 비교하여 눈여겨 볼 수 있습니다.



내가 돈을 언제 어디서 이렇게나 쓴거지?

시간별로 일 주 월 단위를 그래픽으로 보기 쉽게 가게 내역을 색상으로 호기과 직관적임을 얻어 작인을 줄고 커먼-이러한 금융 관련 지식을 사용자들에게 공유할 수 있습니다.



[그들은 꽃이 아니라 불꽃이었다] POSTER

기존에 많이 알려진 남성독립운동가 외에 알려지지 않은 여성 독립운동가를 소개하는 전시를 기획하여 그동안 지지자 역할로 소비되어왔던 여성 독립 운동가들을 강인하고 주체적인 모습으로 그린 독립기념관 전시회 포스터를 제작하였다.



[정결하고 예술적이지만 건조한 가구] BOOK DESIGN

가장 나와 오래 맞닿아 있는 것은 무엇일까 하는 근원적인 물음이 주제를 선정하는 데 큰 도움을 주었다. 일반적인 가구 소개가 아니라 가구의 기원, 가구를 고르는 지표 그리고 현대 가구까지 인문학적인 관점에서 가구를 풀어나가는 책을 구성했다. 겉으로는 가구 개요집처럼 보이지만, 책이 전달하고자 하는 진짜 의미는 따로 있다. 가구에 대한 새로운 시작이다. 일상 속 배경으로 흘러기만 하지 않고, 어쩌면 우리와 같이 있는 '사람들 보다는 가까이 지내는 존재'로서의 재해석을 한다.



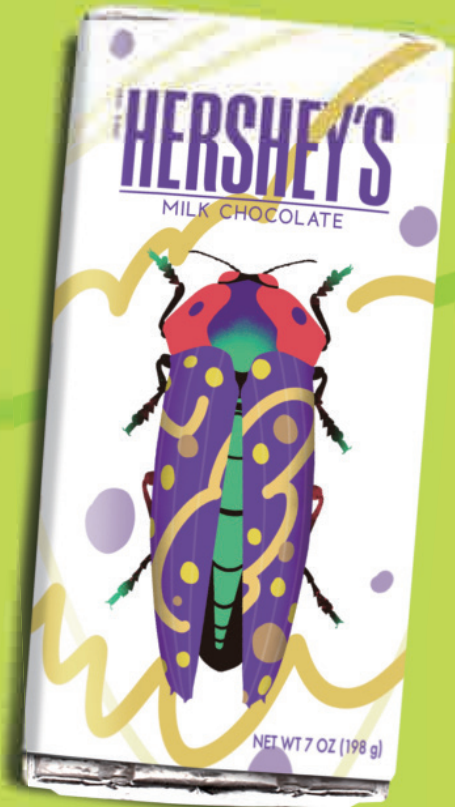
HERSHEY'S ADVERTISING

'꽃보다, 꿀보다 달콤한 것은 허쉬 초콜릿이다' 컨셉으로 비교 대상을 설정한 포스터를 기획하여 달콤함을 찾아 헤매는 벌들을 이용해 허쉬가 가진 달콤함을 설명하는 광고를 시리즈 물로 제작하였다. 컬러톤을 그린, 옐로우로 설정하여 자연의 색이면서 트렌디한 느낌 또한 가미하였다.



HERSHEY'S PACKAGE RE-DESIGN

자연에서 추출한 카카오, 과연 누가 만들까? 온 대지의 식물 먹음을 담당하는 매개체라고 할 수 있는 곤충은 그 역할이 훌륭하다. 곤충의 움직임과 무늬를 그래픽적으로 해석하여 비주얼 이미지를 제작하여 초콜릿의 대표적인 기업 '허쉬'와의 패키지 리디자인을 진행하였다.





advertisement

비건이 영양소도 맛도 부족할 것이라는 편견과는 달리 이너프 비건 도시락은 호랑이도 즐길 수 있다는 뜻을 담았다.

Enjoy enough nature's
food for vegan



맛도 건강도 충분할 때
enough

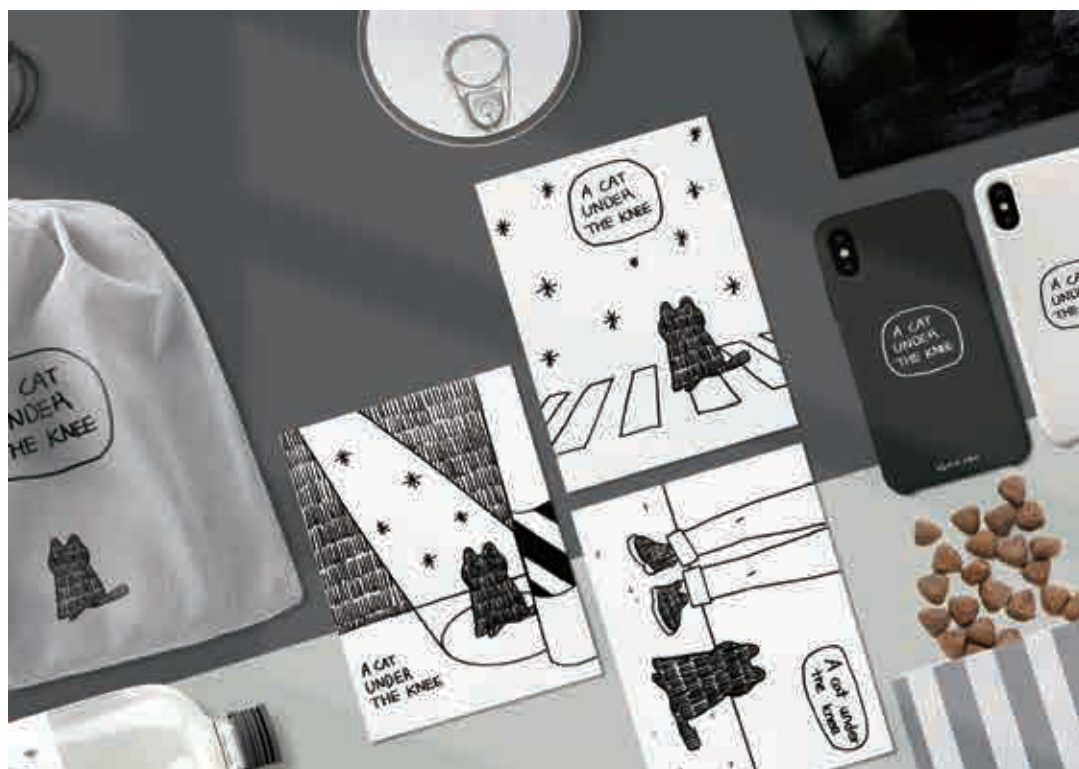
package

enough(이너프)

비건식은 맛있고 제대로된 영양소도 섭취하지 못할 것이라는 편견을 깨기 위해 맛도 영양소도 충분하다는 뜻의 'enough'로 네이밍 하였다. 호랑이와 도시락 메뉴들을 일러스트로 표현하여 육식동물인 호랑이도 건강하고 맛있게 비건을 즐길 수 있다는 것을 표현하였다.



마트에서 쉽게 볼 수 있는 과자들의 다양한 이야기를 담은 팜플렛이다. 시판 과자들의 원형과 역사, 다양한 형태를 설명하고 집에서 간단히 만들어 볼 수 있는 레시피도 함께 넣어 제작하였다.



무릎 아래 고양이

길고양이는 우리가 함께 살아가야하는 존재이다. 무릎 아래로 조금만 시선을 낮추면 힘겹게 살아가는 길고양이들을 볼 수 있다. '무릎 아래 고양이'는 세상의 길고양이들이 안전하고 편안한 삶을 누리길 바라는 마음에서 디자인하였다.

MEGABOX
LIFE THEATER™

MEGABOX

기존 메가박스 로고에 브랜드 리뉴얼 핵심가치를 반영하여 로고를 새롭게 디자인하였습니다. 기존의 브랜드 로고는 'box'에 초점을 맞춘 형태였다면, 리뉴얼된 로고는 관객이 직접 스크린 넘어 영화 속으로 들어가 상상의 나라를 펼치는 브랜드로서의 이미지를 표현하였습니다. 메가박스의 브랜드 컬러는 그라데이션을 적극적으로 활용합니다. 영화의 다채로움을 표현하고 영화 속으로 들어간다는 브랜드 컨셉에 맞게 환상적인 느낌을 주기위해 하늘, 분홍, 보라를 사용해 표현하였습니다.





Amazing natural colors



FABER-CASTELL
since 1761

Advertising _ [FABER CASTEL]

자연으로부터 시작된 아름다운 색의 표현을 강조하는 파버카스텔 광고포스터이다.





Brand Identity _ CONVERSE (컨버스)

오늘날 스트리트 문화의 아이콘으로 사랑받고 있는 브랜드인 '컨버스'를 리디자인 하였다. 주류에서 벗어나 과감함과 새로움을 시도하며 긍정적인 사회적 영향을 추구하는 브랜드의 이미지를 통해, 열정적이고 반항적인 컨셉 이미지를 떠올렸다. 'Life's too short to waste' 라는 슬로건과 함께 컨버스의 시그니처 모양인 별을 활용하여 비비드한 색감으로 패턴을 작업하였다.



Pumping Heart



Package design _ Pumping Heart (펌핑하트)

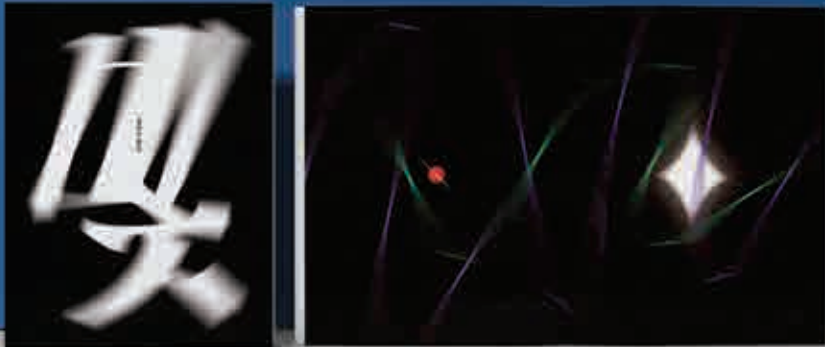
'심장박동'과 '에너지를 불어넣는다'는 의미로 네이밍을 지었다. 심장의 이미지를 활용하여 비비드한 색감과 팝아트적인 컨셉으로 톡톡튀는 에너지드링크를 디자인 했다. 딸기, 레몬, 블랙베리, 송사탕 총 네가지 맛으로 바リエ이션 하였다.





App Redesign _ Artmap (아트맵)

기존의 'Artmap' 이라는 전시회 정보알림 서비스 앱에서 추가로 있었으면 하는 기능들을 보완하여 사용자가 더 편리하고 보기 좋게 이용할 수 있도록 리디자인 하였다.



Editorial Design _ 빛나는 청춘

청춘들이 자라온 환경과 겪고 있는 갈등에 대해 다루었다. 그들의 불안함을 기사와 미디어 속 장면 등을 활용해 콜라주방식으로 혼란한 심리를 표현하고자 했다. 힘든 상황에서도 빛을 찾기 위해 도전을 꿈꾸는 청춘들을 칼럼방식으로 구성하였다.





Editorial

After-ima&e : 잔상

‘After-ima&e’ 는 잔상(after-image)+&(and)를 합한 것으로 “지워지지 아니한 사라진 감각의 덧없음을 함께한다”는 의미. 이런 잔상의 감각 특성으로 사람들은 자신들에게 인상깊었던 순간들을 기억하며 보이지 않아도 이를 혼자 머릿속에서 되새긴다. 이에 대한 탐구적 지식을 연구조사하고 시각적으로 어떻게 표현하는지 언어적으로 풀고 앞서 표현한 다양한 시각적 방법으로 편집하여 책을 만든다. 이를 통해서 사람들이 잔상의 의미를 새롭게 이해하고 혼자가 아닌 함께(&) 그 감정을 느끼고 공유하도록 한다.





package OSULLOC 티(tea)브랜드 오설록의 블렌드티 섬 시리즈 3종의 특징을 담아 디자인 하였다. 시리즈에 맞게 공중에 떠다니는 섬과 이름의 특징을 살려 시각화하였다.

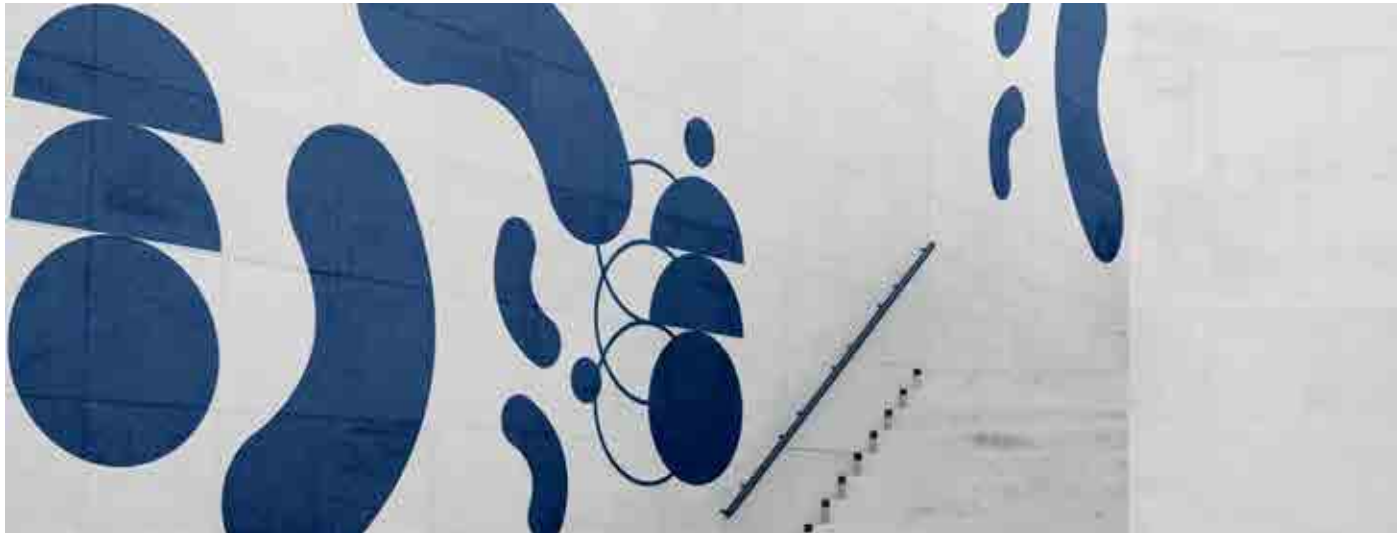


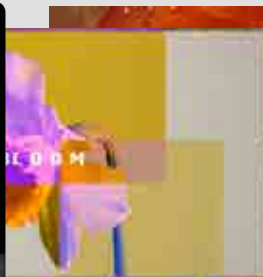
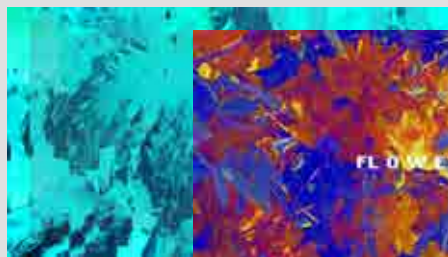
monami®

MONAMI

MONAMI, 페르소나와 소통하다.

간결한 산세리프의 타이포 디자인으로 모나미 제품의 이미지화 하였으며 기존의 나의 친구라는 뜻에 따라 페르소나에게 자신의 소식(편지)을 전하는 소통의 의미와 친구를 사랑하는 마음의 하트를 A자에 넣어 펜촉 안에 잉크의 형태로 표현하여 모나미의 아이덴티티를 담아냈습니다.





motion graphic

Project001, 명상

명상은 우리의 정신을 비우고 맑게하며 편안함을 주는 효과가 있다. 이를 바탕으로 명상에 도움을 주는 편안함을 주는 영상을 컷편집을 이용해 제작하였다.

ANOTHER LOST

advertising

어나더 로스트는 판타지 MNORPG 게임입니다. 어나더 로스트에는 다양한 종족과 다양한 직업이 있으며, 이를 소개하는 캐릭터 일러스트를 이용하여 게임 화면, 광고포스터 등을 제작하였습니다.



UI/UX 게임 내 캐릭터 생성 화면과 캐릭터 선택 화면입니다.

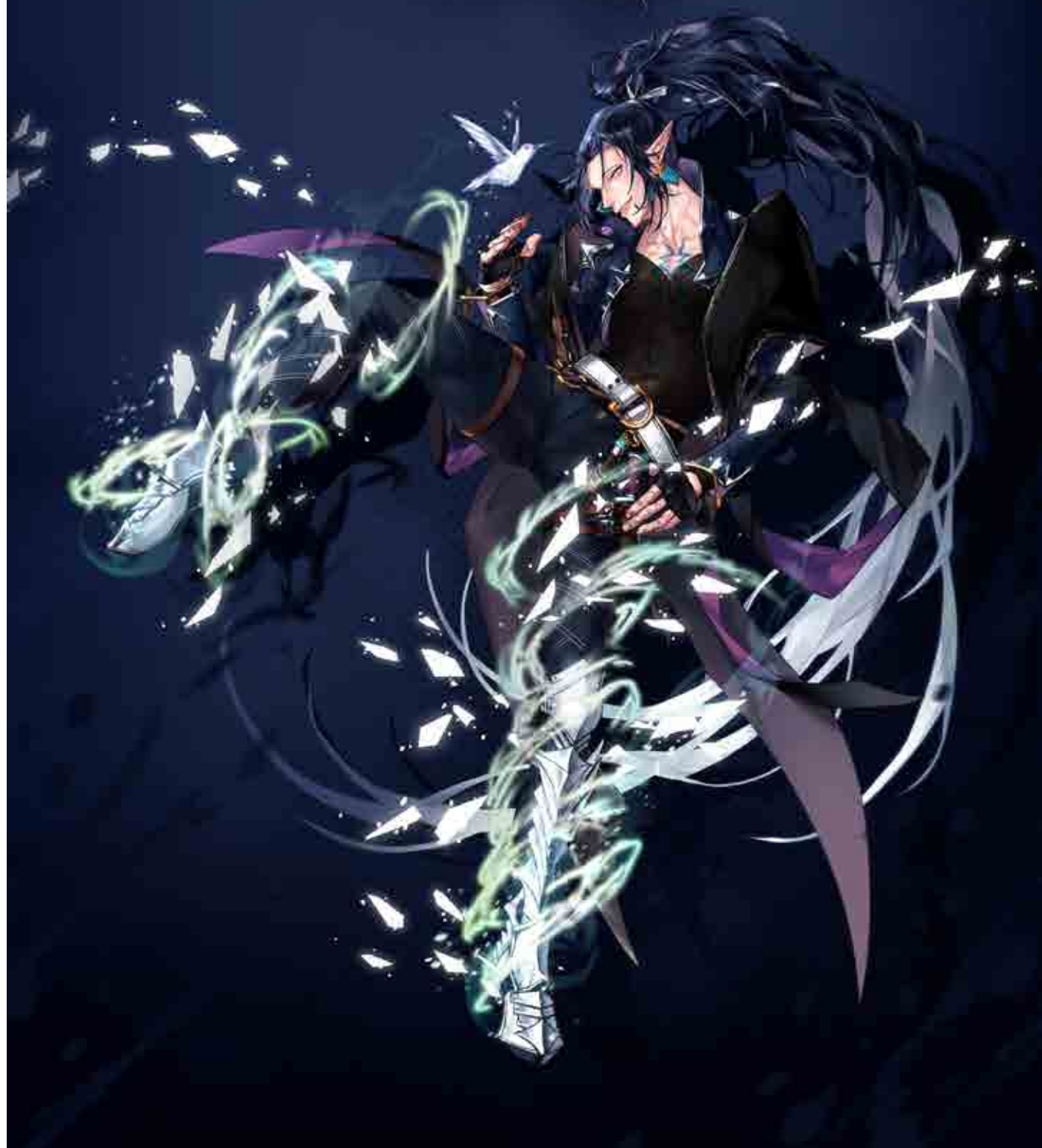


advertising

게임 내 로딩 화면과 포털사이트 배너 광고입니다.
종족과 직업에 맞는 다양한 캐릭터들을 소개합니다.



ANOTHER LOST





ad poster 어나더 로스트를 홍보하기 위한 아트 포스터로, 그 배경을 짐작할 수 있는 다양한 판타지풍 캐릭터 일러스트를 사용했습니다.



brand identity

클립과 스프링의 이미지를 활용하여 모닝글로리의 M자를 표현했습니다. 교차되는 그라데이션의 다양한 색으로 문구류의 다양성을 표현합니다.





package

딥퐁은 향수를 쓴 듯 깊은 향을 느낄 수 있는 바디 워시 브랜드입니다. 향수에서 쓰는 향 이름을 차용 하였습니다. 깊이를 표현하기 위해 물속 증이 느껴 지는 디자인으로 이미지를 잡았습니다.





Package design

피부건강에 노력하는 브랜드 Aveeno와 피부관리의 역사가 탄탄하고, 현대인들에게 영감을 주고 있는 이집트의 이미지를 접목시켜 패키지를 제작하였다. 각 제품의 재료들의 색감을 살려 제작하고, 고대 자연재료를 이용하여 피부를 관리하던 이집트의 모습을 일러스트에 담아 제작하였다.



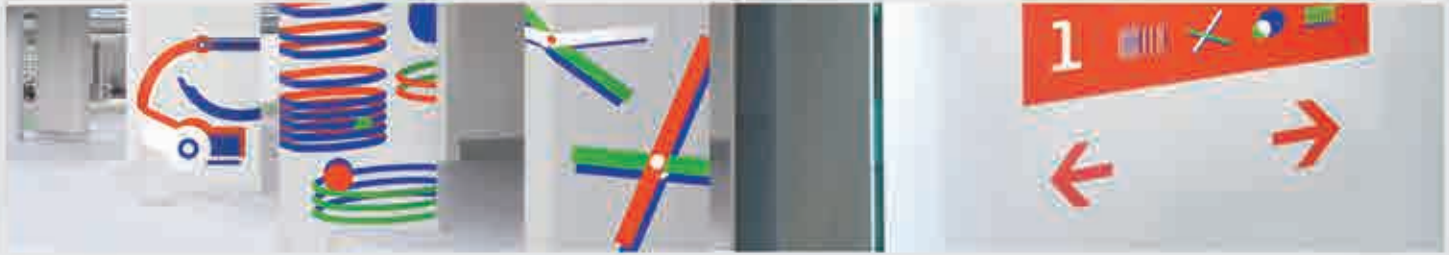
Editorial design

Aveeno 브랜드 소개와 제품을 소개하는 리플렛을 제작하였다.





'PEACE 코리아'는 한국에서 가장 많이 쓰이는 사무용품 브랜드이다. 기존의 올드한 이미지를 벗어나기 위하여, '활동적' '다양한' 이라는 키워드와 함께 대표 제품인 스테이플러의 스프링과 펀치의 구멍을 활용하여 로고를 제작하였다. 또한 제품의 인지도가 높다는 점과 다양한 제품을 판매하는 것이 브랜드의 장점인 만큼 제품을 추상화하여 다양한 패턴을 제작하였다.





Web design

PEACE 코리아의 웹페이지를 제작하였다. 로고의 색감을 활용하고, 브랜드 컨셉에 맞추어 메인페이지와 회사소개, 판매페이지를 제작하였다.





Advertising _ fast shampoo

머리카락을 빨리 자라게하는 패스트 샴푸의 특징을 살려 '암사자가 갈기를 가지고 싶어, 제품을 사용한다' 라는 스토리를 담았다. 자라게 한다는 특징을 강조하기 위하여 잡지책의 형태로 제작하여,책을 넘기면 갈기가 자라나도록 하였다.





Advertising _ WWF

멸종위기인 얼룩말과 장총을 이용하여 얼룩말의 생명은 사람들의 기쁨을 위해서 존재하지 않는다는 메시지를 담은 포스터이다.

advertising

VACA'TION

바다에서의 휴가를 컨셉으로 만들어진 바디워시 브랜드 배케이션은 다양하고 많은 사람들이 즐기는 바다 같은 제품임을 표현하고자 하였습니다.



advertising

VACA'TION

바다에서의 휴가를 컨셉으로 만들어진 바디워시 브랜드 배케이션의 망고 바디워시 광고를 제작하였습니다.

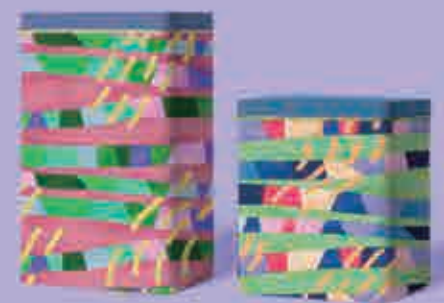


Kiehl's
SINCE 1851

KIEHL'S

키엘은 자연과 가까운 원료를 사용하여 제품을 만드는 브랜드입니다.
나무가 무성한 숲을 모티브로 하여 로고를 제작하였습니다.





package

VACA'TION

배캐이션은 바다에서의 휴가를 컨셉으로한 바디워시 브랜드입니다.

바다에서의 휴가라는 컨셉과 어울리는 바다 풍경으로 패키지를 제작하였습니다.



editorial

아동권리보장원

아동권리보장원에서 실행하고 있는 지문등록제를 홍보하는 포스터 브로슈어를 제작하였습니다.



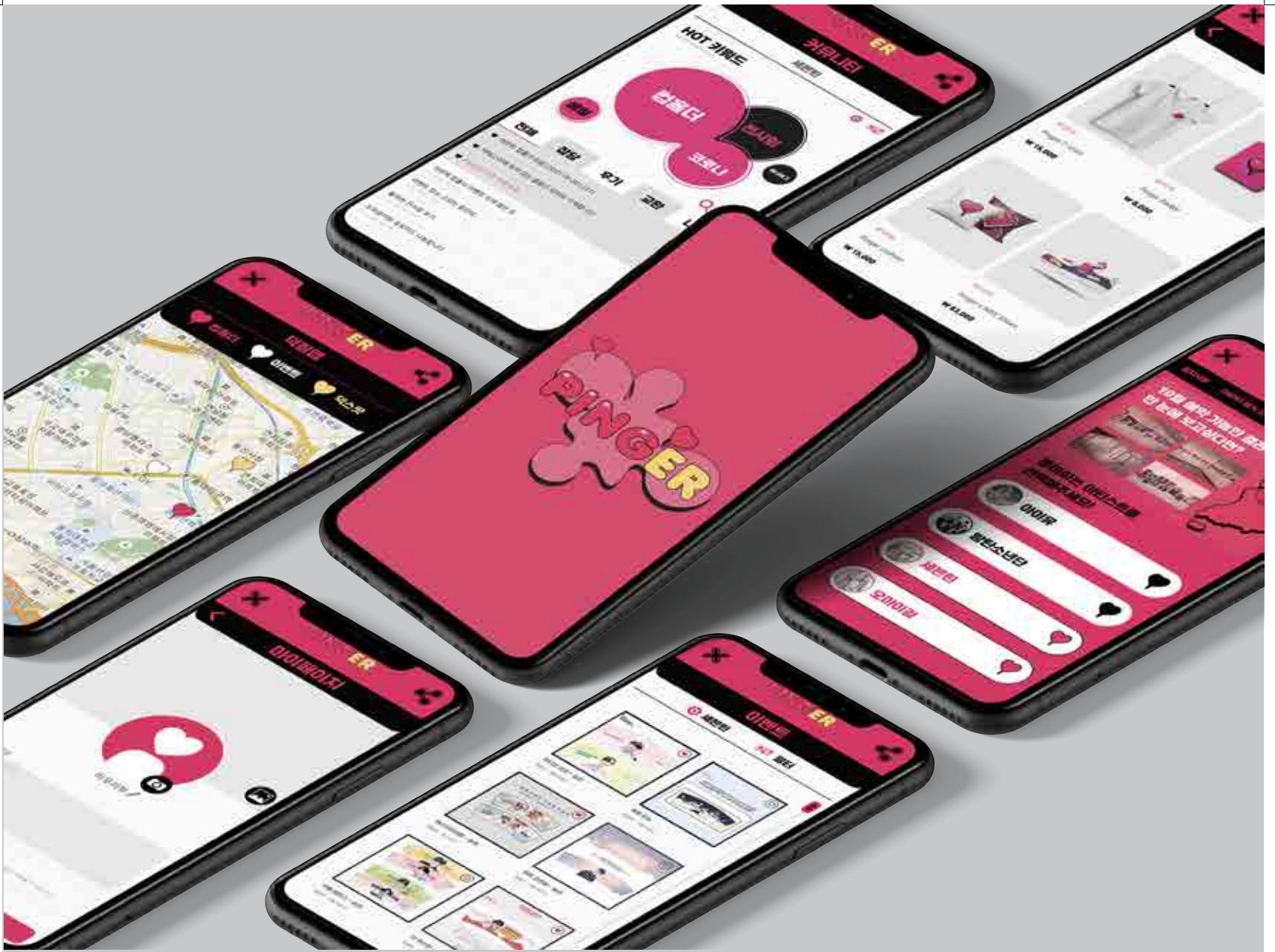
editorial

SPRING

요즘 집에서 즐기는 취미가 유행을 하고 있는데 그런 만큼 집에서 식물 키우기에 관심을 갖는 사람들이 늘어나고 있습니다. 그런 사람들을 위해서 집에서 키울 수 있는 계절 꽃들에 대해 소개하고 키우는 방법을 알려주는 브로슈어를 제작하였습니다.





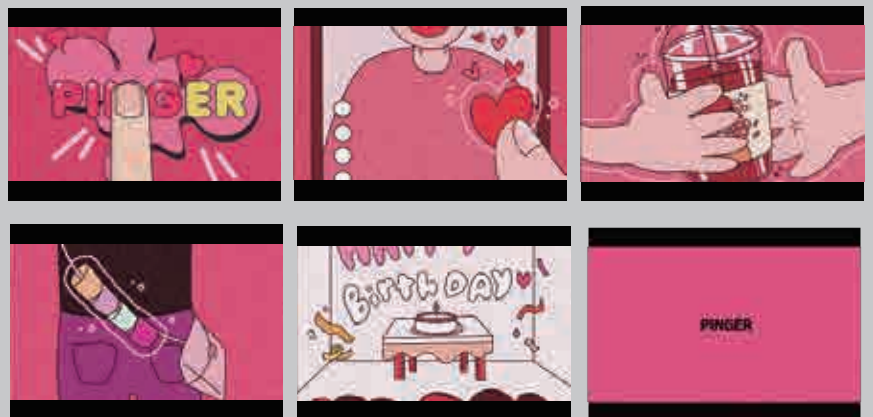


Pinger / Advertisement

게임 상에서 지도에 위치를 찍는 행위를 뜻하는 말인 '핑'에서 의미를 따와 핑을 찍는 사람이라는 뜻에서 이름을 핑거라고 지었다. 생일 킥홀더 수집 및 사진전 관람 등 일명 덕질투어를 도와주는 서비스를 제공하며, 그로 인해 오프라인 아이돌 문화에 한 발 더 가까워질 수 있는 계기를 만들어주기 위하여 홍보 포스터와 키치한 스타일의 어플디자인을 함께 작업했다.

Pinger / Motion graphics

'당신의 소중한 취미생활을 위해' 를 슬로건으로 내세워 케이팝 문화를 좋아하는 사람들이 평소에 어떤 활동을 하는지, 그리고 어떤 감정을 느끼는지 애니메이션으로 표현하고자 하였다.



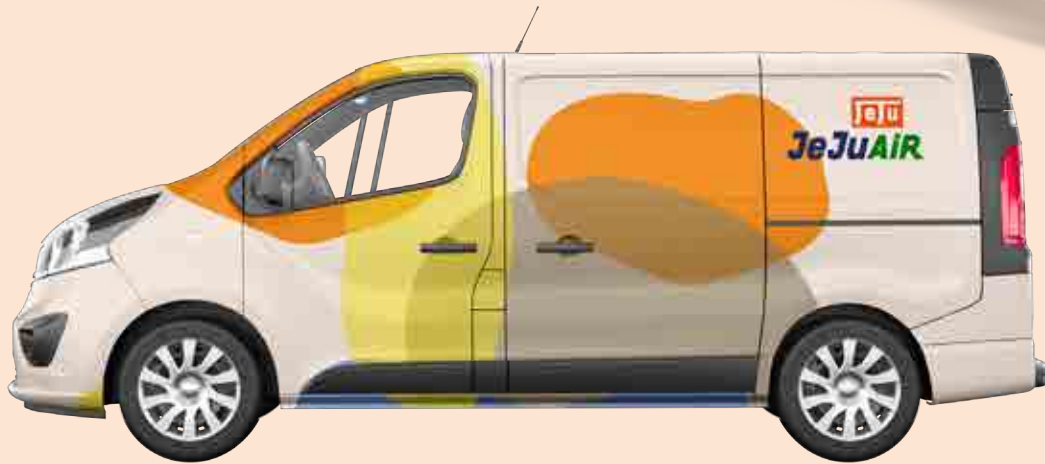
JEJUair **JeJuAiR**



JEJU air / Brand identity

기존의 제주공항 로고 이미지에서 벗어나 더 다양한 색을 사용하여 제주공항의 아이덴티티를 강조하고 제주도의 대표적인 이미지들을 참고하여 로고를 제작하였다. 또한 제주의 자연을 모티브로 한 다양하고 개성 있는 패턴들을 입혀 목업작업을 하였다.





아이돌 팬덤 문화는 과연 꽃길만 걸을까 / Editorial

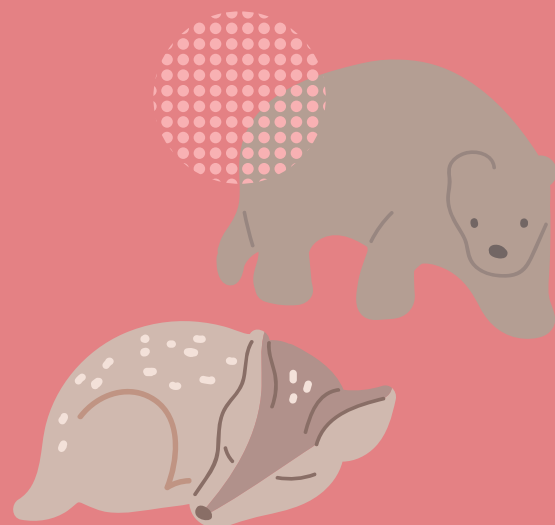
케이팝 문화가 너무나 익숙해진 지금, 과거의 팬덤문화는 어떠하였으며 현재와는 어떻게 다른지에 대한 내용을 다루며 또한 덕질을 하며 익혀야 할 여러가지 단어들에 대해서도 알려주고 있다. 전체적인 색을 단순하게 사용하여 통일감을 주었고 일러스트를 활용하여 발랄한 느낌을 더했다.





GETABLE / Package Design

쉽게 얻을 수 있는 자연의 천연재료로 만들어진 티백이라는 뜻에서 이름을 GETABLE이라 지었다. 부드러운 색감과 일러스트로 모두가 편하게 즐길 수 있음을 강조했다.

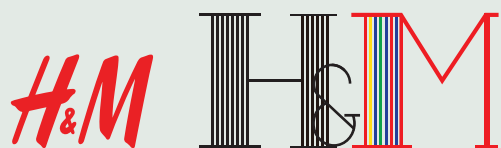


ADVERTISING _MONAMI





모나미의 제품들로 마스크를 표현,강조하여 모나미제품들의 활용성과 이미지를 강조함과 동시에 마스크 사용을 장려하며 공익성을 함께 표현하고자 하였다.



BRAND IDENTITY

최신 트렌드를 좋은 품질의 의류로 합리적인 가격으로 만들어 내는 H&M의 브랜드 특징을 담아 여러 색의 선들과 색감을 사용하여 무엇이든 표현할 수 있고 담아낼 수 있는 브랜드로 H&M의 이미지와 색들을 디자인하였다.







보다 편리하고,
나를 위한 공연플래너
Melon 티켓

APP REDESIGN

기존의 Melon 티켓 앱의 공연 예매기능 뿐만 아니라 스케줄을 함께 관리 해주는 기능을 추가 하여 그 흐름과 활동성을 곡선으로 표현하여 딱딱한 디자인 구성보다는 부드러운 디자인으로 구성하고 하였고, 보다 편리하고 유저를 위한 공연플래너의 앱으로 리디자인 하였다.



PACKAGE _PILLY

비타민의 특정 주요 과일들의 색깔을 터져서 퍼지는 듯한 일러스트와 선들을 이용하여 신체안에서의 비타민의 흡수력과 생생한 효과를 추상적으로 표현하여 디자인하였다.

EDITORIAL

'OPEN FASHION'이라는 주제로 패션의 역사와 트렌드 아이템들을 일러스트와 이미지들을 이용하여 시대별로 디자인하였다. 각 시대의 대표 아이템들을 재미있는 선들과 디자인적인 요소들과 함께 어우러지게 디자인하여 보는 이들로 하여금 지루하게 글이 많은 책자가 아닌 보는 재미가 있는 잡지책자형식으로 디자인하였다.





Advertising

첫번째 시리즈는 수리가 필요한 운송수단을 3M 테이프로 붙일만큼 강한 접착력을 가지고 있다는 것을 나타내고 있다.
두번째는 3M 접착제로 만든 거미줄은 드론도 빠져나가지 못할 만큼 강한 접착력을 가지고 있다는 제품의 특성을 나타내는 광고이다.



Editorial

우리는 민속촌이나 탈 축제에서 한번쯤은 우리나라 탈을 보았을 것이다. 전시가 되어있는 탈을 한번 보면서 지나치거나 잠깐 탈춤을 구경하는 정도 였을 것이다. 탈에 대해 관심이 있는 사람이든 아니든 이 책을 통해 우리나라 전통 탈에 대한 내용을 보다 쉽게 알아갈 수 있는 기회를 만들고 싶었다. 이 책을 읽고 독자들이 탈의 이야기에 푹 빠져 우리나라 탈에 대한 관심이 더 커지길 바란다.



Brand renewal design

LUSH → *lush*

러쉬는 평범하고 지루한 목욕을 다양한 모양과 컬러, 향기를 가진 제품들을 통해 더욱 즐거운 시간으로 만들어주고 있다. 러쉬와 함께하는 목욕 시간을 다채로운 색과 패턴으로 소비자들의 눈을 즐겁게 하는 디자인을 하였다. 로고는 욕조 모양을 하고 있으며 거품과 함께 서체에서도 즐거움이 느껴질 수 있게 제작하였다.







Package
CELLOVE CHOCO 셀럽초코

셀럽들이 사랑했던 초콜릿이라는 컨셉으로 유명인들인 오드리헵번, 마릴린먼로, 마이클잭슨, 찰리체플린의 일러스트를 통해 나타내고 있다. 비비드 톤의 컬러를 메인으로 사용한 판 초콜릿과 블랙 배경에 각각 다른 패턴을 사용하여 고급스러운 느낌을 낸 초콜릿 상자를 제작하였다.



한국가스공사 굿즈디자인 대상 수상작

1 한국가스공사



착한 에너지기업 KOGAS

KOGAS를 나타내는 아이콘을 활용한 굿즈 디자인

사람들이 청정에너지 기업인 한국가스공사에 대하여 쉽게 알 수 있도록, 한국가스공사가 하는 일이나 대표적인 이미지들을 단순화 하여 아이콘을 제작하였다. 제작한 아이콘들을 다양한 굿즈들에 적용하면서 남녀노소 한국가스공사와의 친밀도 증진에 기여할 수 있다. 지속가능한 미래를 위해 우리가 실생활에서 손쉽게 사용가능한 친환경적인 제품들을 제작해 보았다. 좋은 에너지를 통해 더 좋은 세상을 만들기 위한 한국가스공사의 비전과 어울리도록 밝고 따뜻한 느낌의 색상들을 사용하였다.



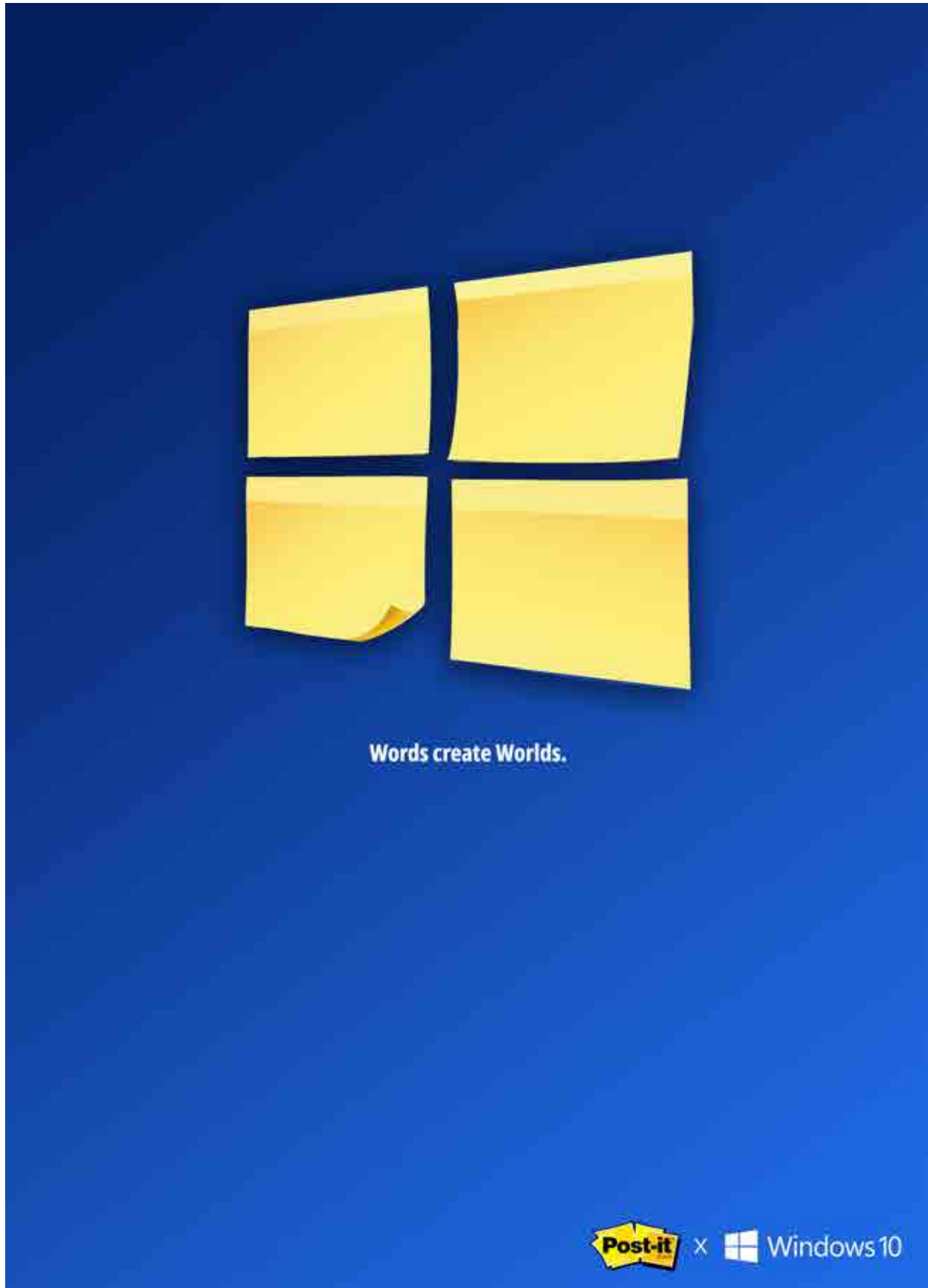
샘소나이트 캐리어 샘소나이트의 튼튼한 캐리어를 '집을 지을만큼 단단하다'라는 메시지를 전달하였습니다.



키켓 Have a break, Have a kitkat!

키켓의 캐치프라이즈인 'Have a break, have a kitkat!'를 영상시청플랫폼들을 활용하여 전달하고자 하였습니다. 넷플릭스와 유튜브를 키켓의 외형의 모습으로 로고를 만들어 쉬는시간을 표현하였습니다.

Post-it X Window10 포스트잇과 윈도우의 콜라보레이션 광고입니다. 윈도우만큼 무궁무진한 아이디어의 시작은 메모에서 부터 시작됨을 광고하였습니다.



대한민국 역사 박물관 패키지디자인

돋보기(Magnifying Glass)

대한민국 역사 박물관의 기념품 패키지디자인입니다. 돋보기를 담은 케이스를 제품의 외형적 특징에집중하여 원을 사용한 디자인을하였습니다. 원형의 한국전통문양과 거북이 일러스트를 활용한 패턴 디자인과 함께 선을 이용한 돋보기 일러스트를 배치하여 직관적이면서 감성을 자극하였습니다.



대한민국 역사 박물관 패키지디자인

옷칠컵(Otchile Cup) 자개시계(Jagae watch)

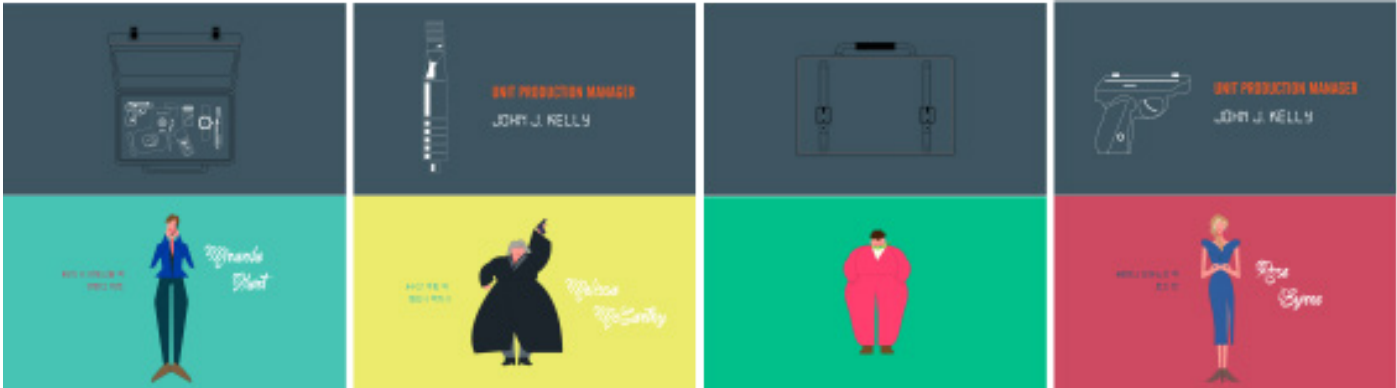
대한민국 역사 박물관의 기념품 세트 옷칠컵과 자개시계입니다. 옷칠컵은 한국의 신화에 등장하는 봉황을 이용한 패턴디자인을 활용하였고, 자개시계는 사슴과 산능선을 일러스트화하여 표현하였습니다



영화 스파이 타이틀 시퀀스

스파이(spy,2015)

영화 스파이의 타이틀 시퀀스를 모션그래픽으로 리디자인하였다.





홈플러스 리브랜딩

홈플러스의 캐치프라이즈인 '더하면플러스가된다'의 플러스와 고객의 곁에서 삶의 사랑을 더해준다는 의미의 하트를 담아 로고를 제작하였습니다. 로고에 쓰인 하트를 나뭇잎, 패턴 등 다양한 형식으로 제작하였습니다



하트모양의 나뭇잎을 활용한 리디자인





하트패턴을 활용한 브랜드 네이밍카드



Package 오가다 블렌딩 티

전통 차에 대한 젊은 소비자 층을 타겟으로 블렌딩 티 패키지를 디자인하였다. 전통 부채를 활용해 한국적인 이미지를 보여줌과 동시에 다양한 색을 사용하여 젊은 층보다 폭넓은 연령층에게 다가갈 수 있게 하였다. 꽃 일러스트를 활용하여 차를 마시기 전에도 그 향기가 전달되도록 하였다.



Package G&H Body wash, Body lotion

요즘은 사라지고 있지만 대중목욕탕에 부모님 손을 잡고 갔던 기억들을 많은 사람들이 갖고 있다. 독특하고 따뜻한 일러스트를 사용해 그 향수를 떠올리며 씻는 행위를 함에도 가족 간의 이야기꽃을 피울 수 있기를 바라며 패키지를 디자인하였다.





◀ Brand identity

택배를 생각하면 설렘과 기대가 떠오른다. 소비자의 기대를 저버리지 않기 위해서는 능동적인 태도와 신뢰가 필요하다. 능동적이고 역동적인 모습으로 소비자들에게 다가가기 위해 원을 사용하였다.

▼ UX&UI

쿠팡은 대표적인 소셜커머스 기업이다. 그 특징을 살리고 새롭게 지정한 쿠팡의 대표적인 색을 주로 사용하여 ux&ui를 디자인하였다.





Advertising 당신에게 전하는 마법같은 행복, 쿠팡

택배 박스를 상징하는 경육면체와 쿠팡에서 구매할 수 있는 다양한 상품들을 나타내는 요소들을 배치하였다. 새롭게 디자인 한 쿠팡의 로고를 보여주며 강한 색감으로 이목을 끌 수 있도록 제작하였다.



You Can't Stop Us



Nike is with disabled athletes. If, however, you're kitted out with those speedy carbon fibre blades then slipping on a regular trainer isn't going to work – so Nike has invented one.

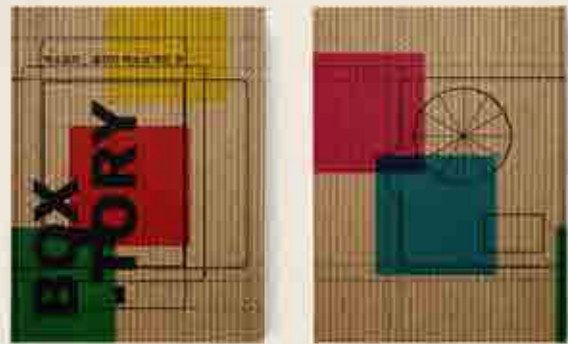
The Sole uses a specially designed material called AeroPLY which allows it to grip the carbon fiber of the prosthetic blade while the athlete is running. Not only is the Sole designed to make running with a prosthetic limb more comfortable, but thanks to Nike's expertise in this field the extra engineered grip will most certainly improve their performance on the track.

Advertising YOU CAN'T STOP US

장애인 선수들이 사용하는 스포츠 의족과 나이키 로고의 형태가 유사한 것에서 착안하였다. 선수들을 위해 나이키에서 의족을 제작하는 것을 후원함을 알리는 광고를 제작하였다.

Editorial BOX-TORY

골판지의 역사와 골판지의 구조부터 고객에게 안전하게 상품을 배송할 수 있는 상자가 만들어지기까지의 내용을 소개하는 책자이다. 크라프트지를 활용하여 종이상자를 떠올릴 수 있게 하였다.



Motion graphics 우리는 여기서 외쳤고 여전히 우리는 외친다

3·1운동을 기억하기 위해 만들어진 모션 그래픽 영상으로 탑골공원에 수천 명이 모일 수 있었던 이유부터 3·1운동의 의의까지 담았다. 애국심을 고취시키며 역사를 기억해야 한다는 교육적인 의미를 갖는다.





ADVERTISEMENT 파티를 컨셉으로 한 아이스크림 광고 포스터



Let's party with Häagen-Dazs!







BRAND IDENTITY

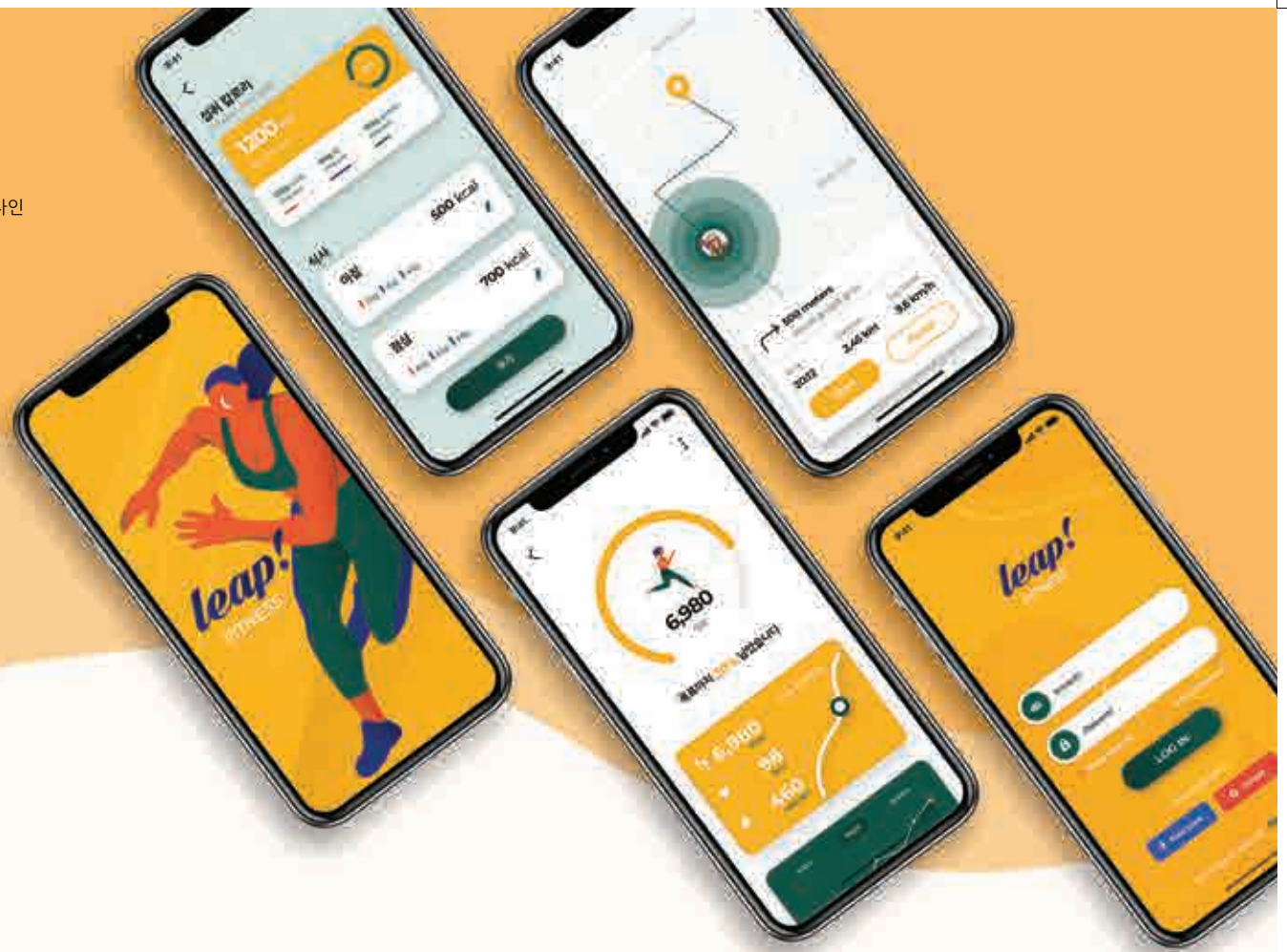
기존의 브랜드 이미지가 생각이 나지 않을 정도의 상반된 디자인을 하는 것이 목표였다. 즐거운 날 찾게 되는 아이스크림으로 '파티'를 떠올렸고 이를 모티브로 하여 조금 더 캐주얼하고 누구나 쉽게 접할 수 있도록 디자인하였다. 로고 디자인은 폭죽이 터지는 듯 불규칙함을 이용해 경쾌한 느낌이 들도록 디자인하였다.

Let's party with Häagen-Dazs!



UI DESIGN

Leap의 건강관리 앱 UI 디자인



leap!

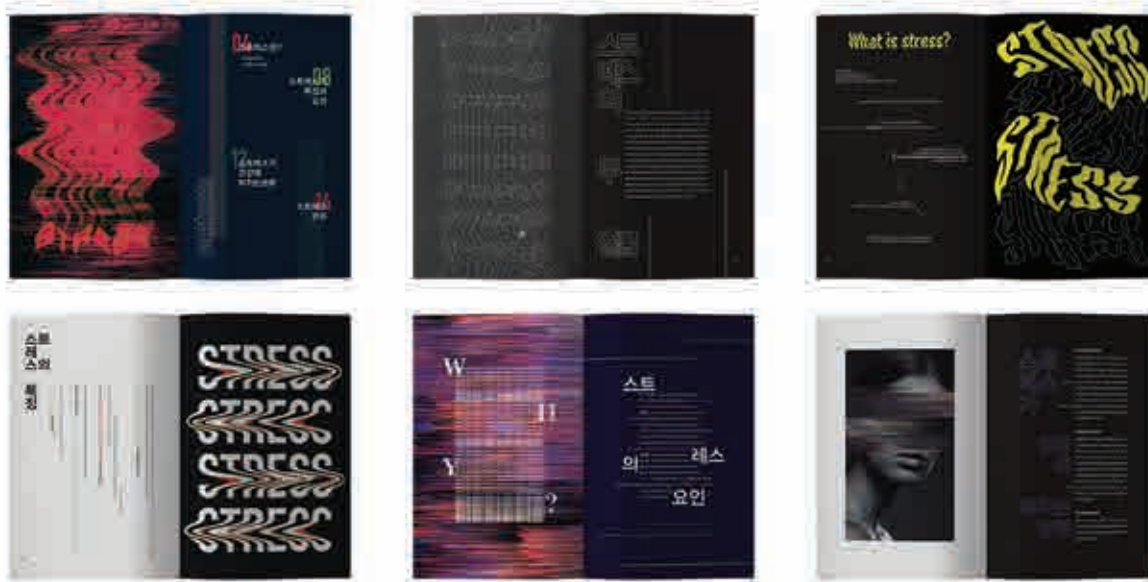
PACKAGE DESIGN

'도약하다'라는 의미의 단어 Leap. 액티브한 일러스트를 이용하여 단백질 바와 단백질 보충제 패키지 디자인을 하였다.



EDITORIAL DESIGN

스트레스를 주제로 작업한 편집디자인

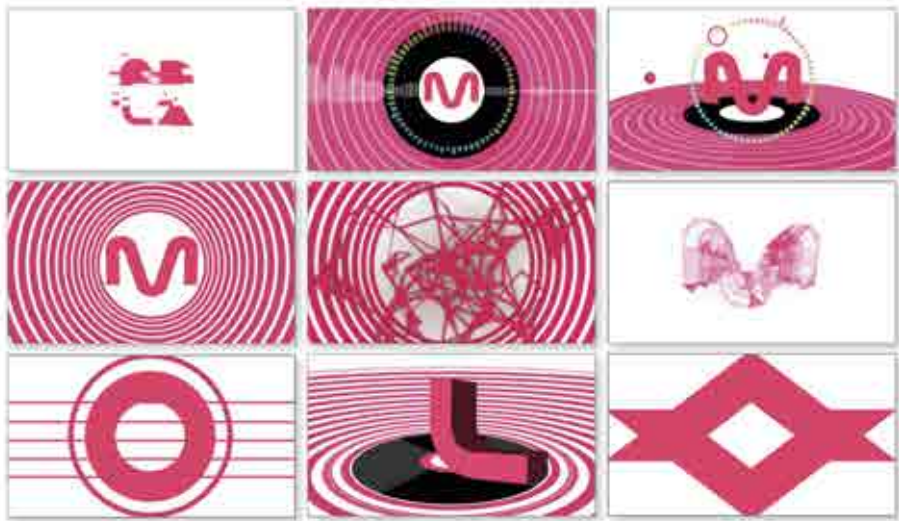
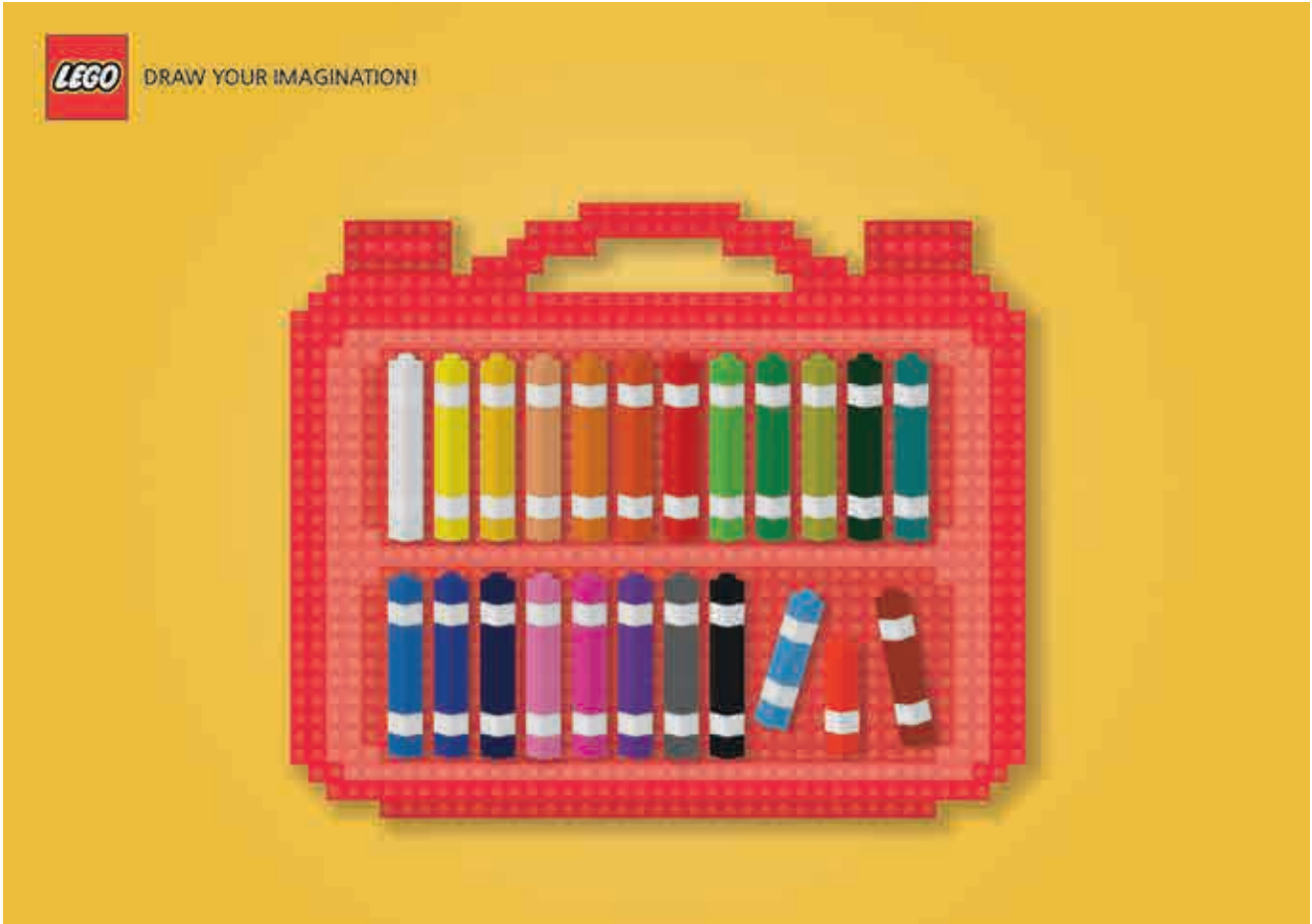




DRAW YOUR IMAGINATION!



ADVERTISING 레고의 브랜드 키워드인 '상상력'을 어린이 미술 도구와 연관시켜 광고 포스터를 완성하였다.



MOTION GRAPHICS

Mnet Title video

엠넷의 타이틀 비디오를 제작하였다.
엠넷의 로고를 음악에 맞춰 다양한 효과를 주
어 음악 프로그램이라는 프로그램의 특징을
보여주려 하였다.





brand renewal design

'FILA'는 고객의 건강한 삶과 질을 높이기 위해 노력하는 브랜드로 '사람'과 '표정'이라는 주제로 로고 리뉴얼을 하였다. 눈, 코, 입의 형태에 변화를 주어 소비자의 다양성을 인지하고 이를 바탕으로 새롭고 조화로운 스포츠 라이프 스타일을 제안하는 브랜드의 아이덴티티를 보여준다.





PACKAGE

Lilibet

가품들은 달콤함, 킬리벳에 빠진다.

Lilibet 밀크티 베이스

밀크티와 동화책 속 티타임 장면을 연결시켜 패키지 디자인하였다. 얼그레이, 우바, 다즐링, 말차와 동화책 이상한 나라의 앨리스, 헨젤과 그레텔, 나니아 연대기, 비밀의 화원과 연결시켜 디자인하였다. 액체형 밀크티 베이스를 담은 패키지 와 티백형의 밀크티 베이스를 담은 패키지 구성으로 디자인하였다.



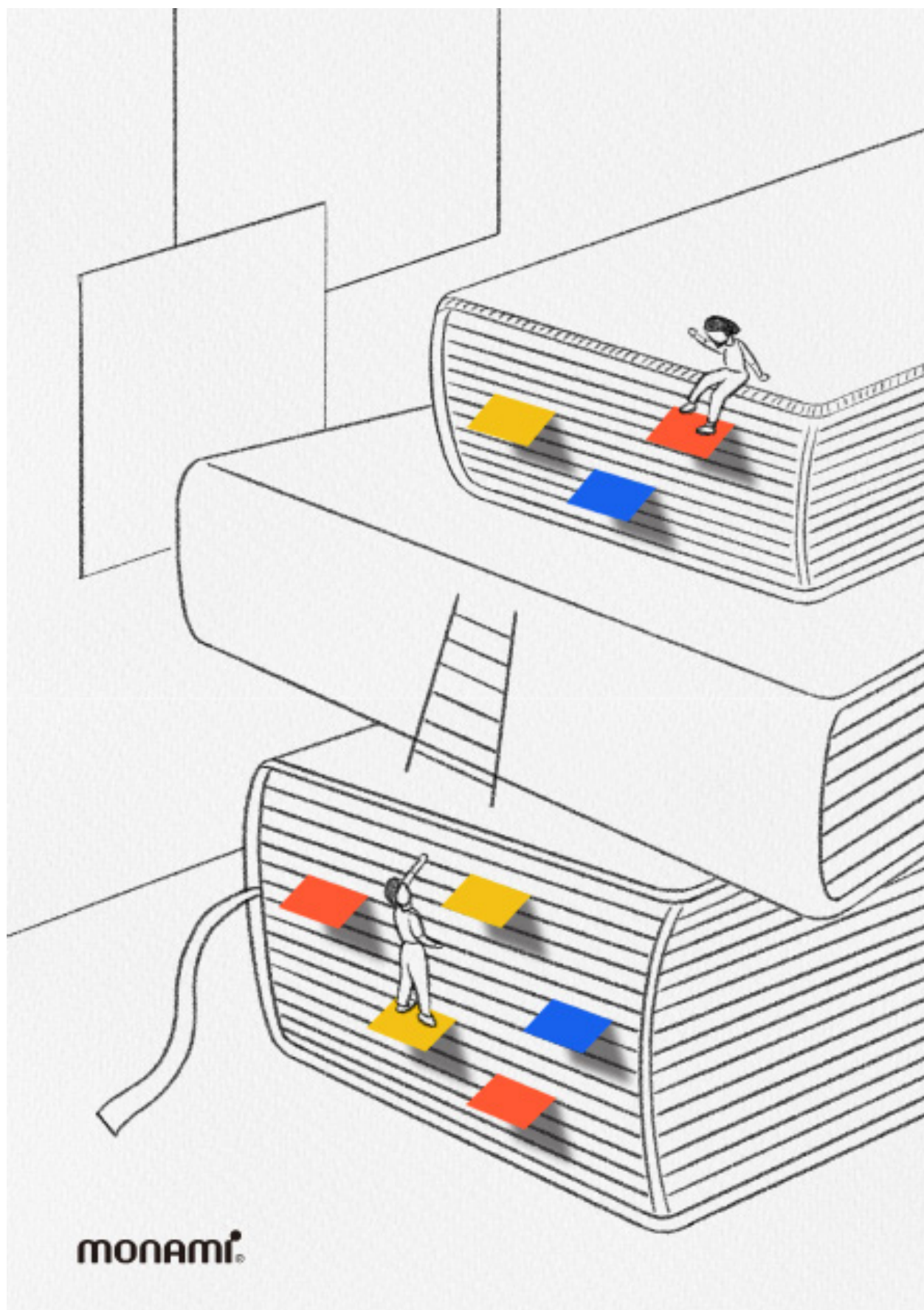


EDITORIAL

ABOUT COLOR

일상에서 우리는 수만가지의 색을 본다. 우리는 다양한 색들을 사용하지만 이러한 색에 대해 잘 알고 있는지는 미지수이다. 색깔의 탄생 스토리부터 변천사, 색이 지닌 메시지까지 색에 관한 조사를 통해 색을 이해하고 더 잘 사용할 수 있기를 바라는 마음에서 기획을 하였다.

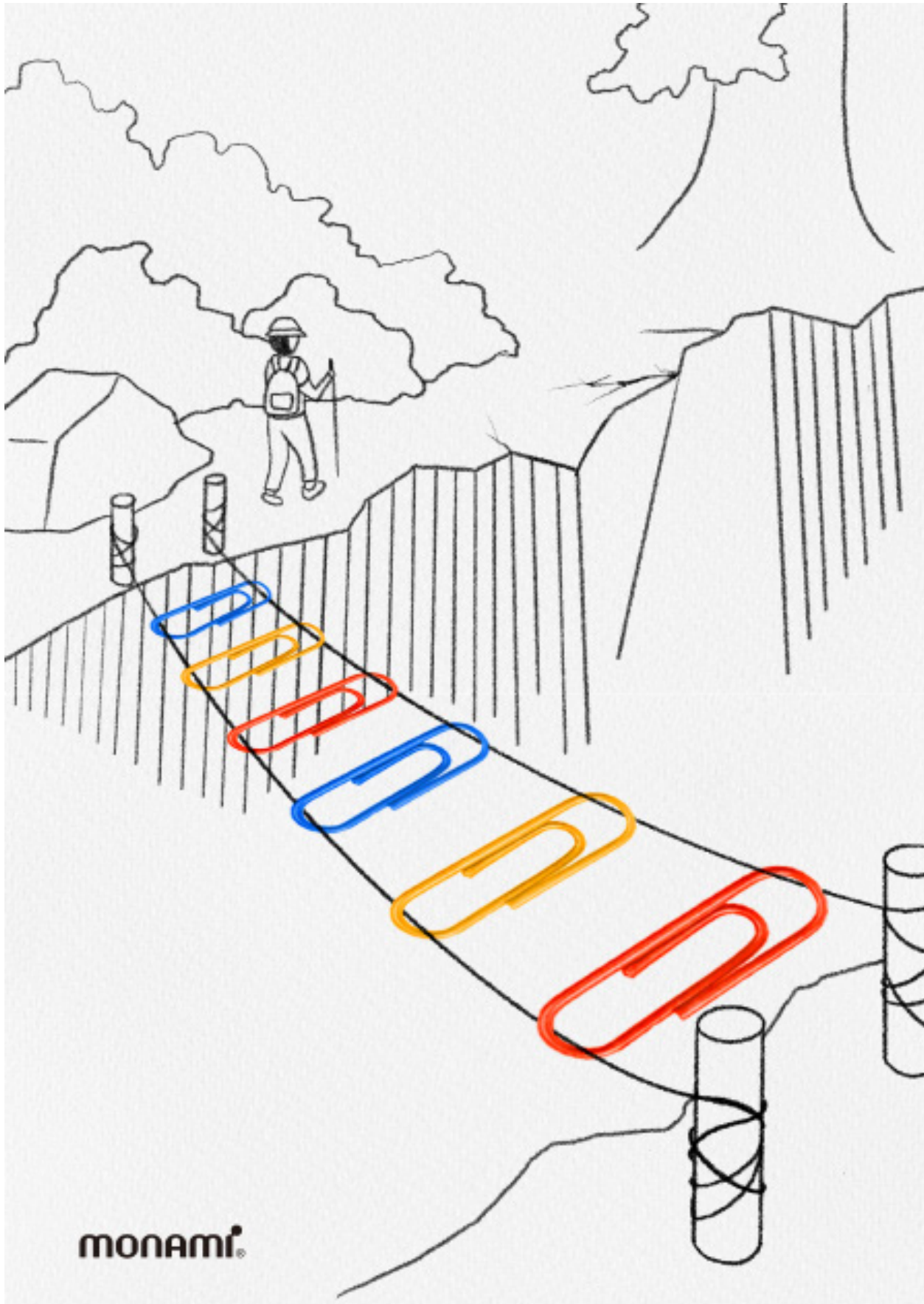


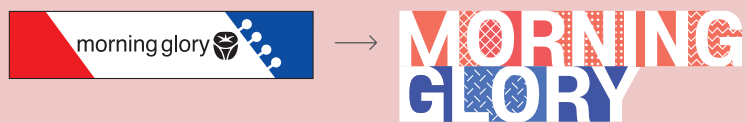


monami®

advertising

문구류를 활용해 여러상황 가운데 목표에 도달하는
성취를 표현하는 메시지를 담았다.

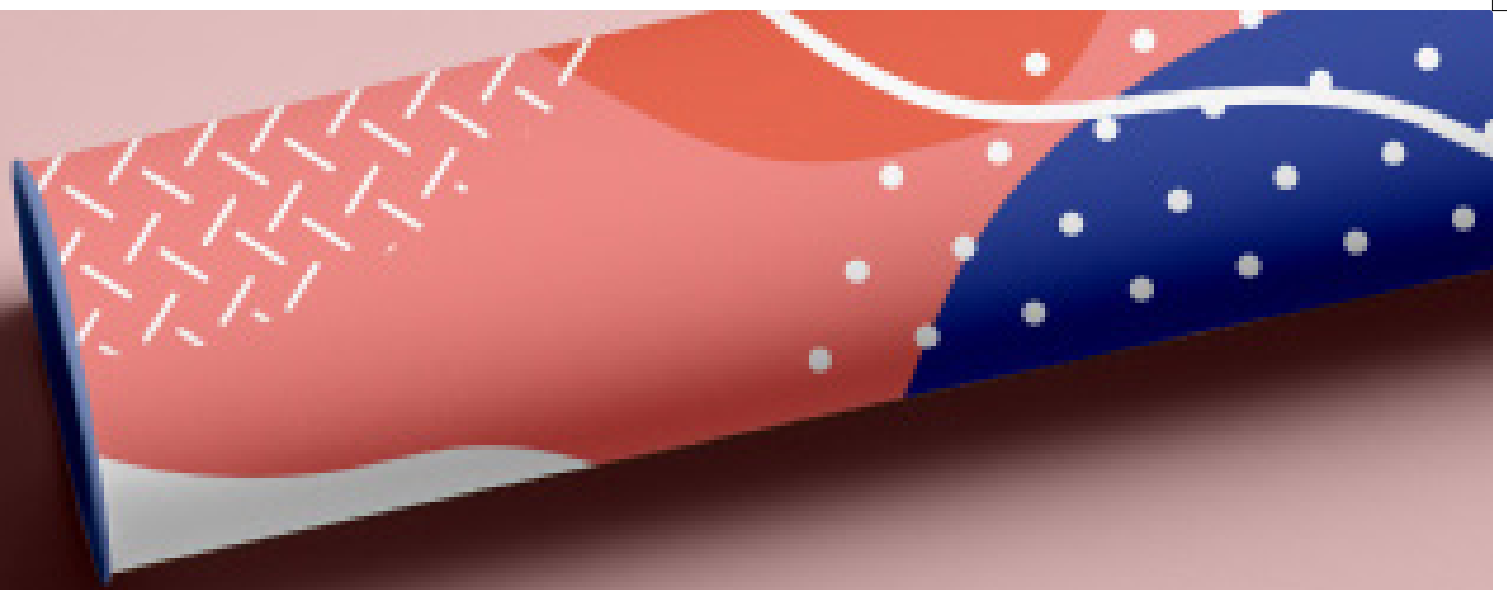




brand identity

종합문구회사로 여러가지를 유통하고 있다는 표현으로 다양한 기하학적 패턴들을 사용하였고 문구회사로서 더 밝은 느낌을 주기 위해서 색과 패턴을 교차하며 표현하였다. 패턴들을 활용해 다양한 상품에 디자인을 접목시켜 표현하였다.





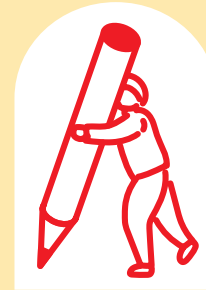
package

그리스를 비롯한 지중해 연안지역에서 인공 첨가물 없이 전통 방식으로 만들어 먹던 요거트를 말하는 그릭요거트에 그리스의 산뜻한 산토리니 이미지를 결합하여 표현하였다.

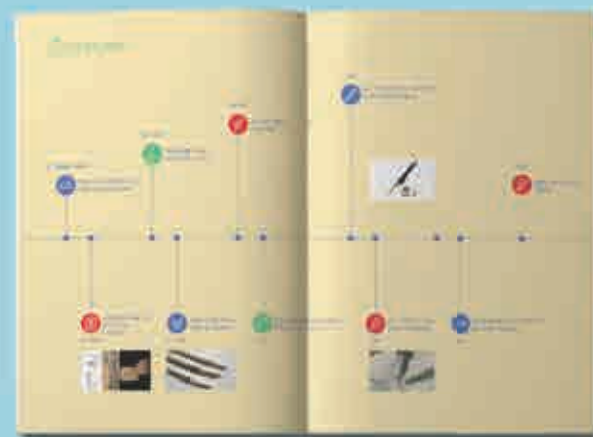


editorial

플랩북 형태로 제작하였고
과거부터 현재까지 문구의 역사를
알아보는 내용을 편집하였다.



문구
안 - 에
담긴것 들





핫소스를 이용한 음식에 닿은 젓가락이 불에 타는 표현으로써 타바스코 핫소스의 뜨겁고 매운 맛을 표현하였다.

PACKAGE

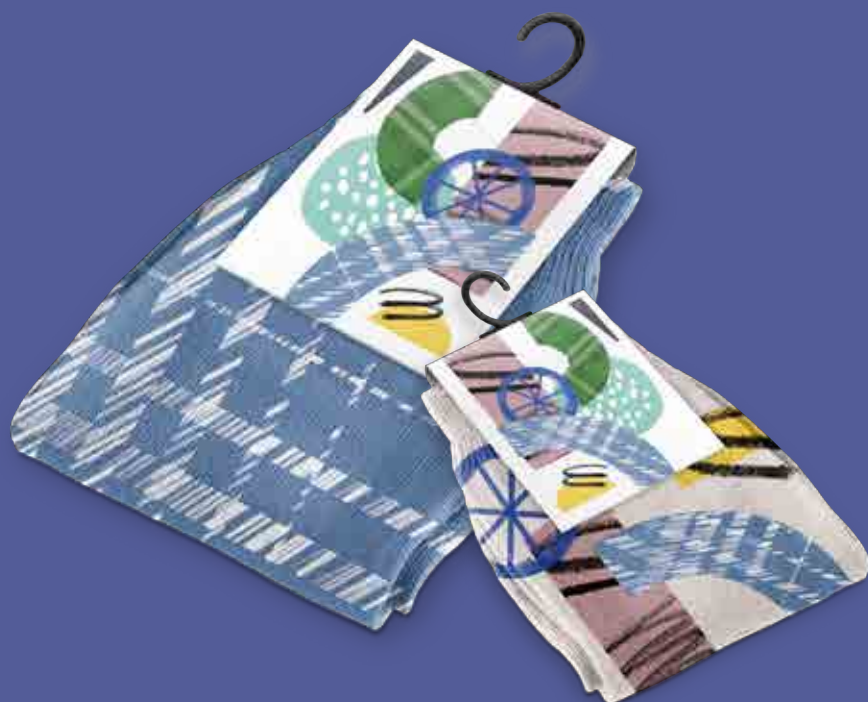
음식의 재료 또는 음식과 직접 연관이 있기보다,
독특해서 기억에 남는 핫소스패키지를 기획하기 위해 전세계 한국에서 많이
서식하는 토종동물 고라니를 통해 한국고유의 고추장핫소스제품을 디자인하
였다. 맛의 단계에 따라 고라니가 뜨거운 불에 그을리는 모습을 표현했다.





빈폴은 끊임없이 즐겁게 재해석되는 현대적인 영국컨셉을 추구한다. CLASSIC 하면서도 MODERN한 역사적 전통과 혁신적인 현대가 조화를 이루어져 전체적으로 편안함을 느낄 수 있도록 리브랜딩하였다.





MOTION GRAPHICS

두 인물의 춤을 통해 70년대부터 현대까지,
한국 40년 시대패션의 변천사를 표현하는 영상작품이다.



EDITORIAL

영화별 인물들의 입체적 성격을 특징별로 구분하여 각 인물들의 욕망, 스트레스, 캐릭터의 가치관 혹은 상징성을 시각적으로 보여주는 패션에 대해 분석하는 편집작품이다.





Advertising

Baby Skin Care Brand " babes "

핵심 키워드인 '순한' 과 '자연친환경적'을 표현한 광고입니다.
그린컬러를 바탕으로 자연의 느낌을 주었습니다.



Motion Graphics

애니메이션 "주렁이는 변태래요"

송몽치 캐릭터 주렁이가 꿈에서 남자친구 유렁이의 썸을 훔쳐보러가는 코믹 애니메이션입니다. 귀여운 캐릭터와 포근한 파스텔톤 컬러를 사용하였습니다.



UX / UI / Couple App " ORE "

'오래'는 한층 더 가까워 지고 싶은 연인들을 위한 앱입니다. 서로의 일상과 추억을 공유하고 기록하며 오래오래 나아갈 수 있도록, 색은 짙은 열정의 사랑을 뜻 하는 레드계열로 하였습니다.





Advertising

Package

에너지드링크 기상

신화속 동물인 사방신을 모티브로 하여 만든
에너지 드링크 브랜드입니다. 사방신의 기운찬
모습들을 일러스트로 표현하여 에너지이저한
느낌을 주었습니다.

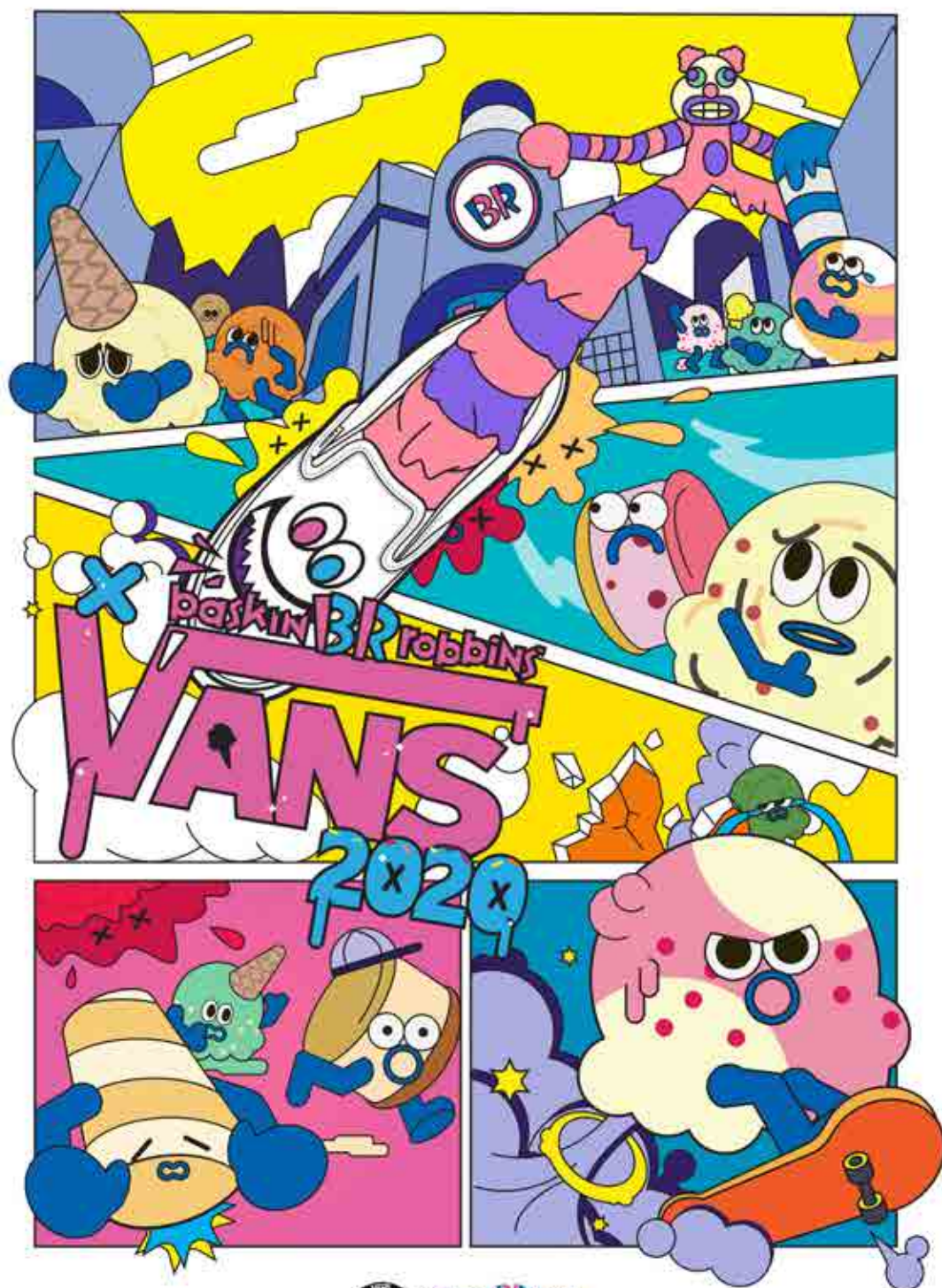




오래전부터 함께 한 유아 브랜드 "아가방". 기존의 로고보다 심플하고 유연한 분위기를 주어 유아틱한 느낌을 더 넣었습니다. 귀여우면서도 독특한 패턴들을 적용시켜 다양한 굿즈를 제작하였습니다.



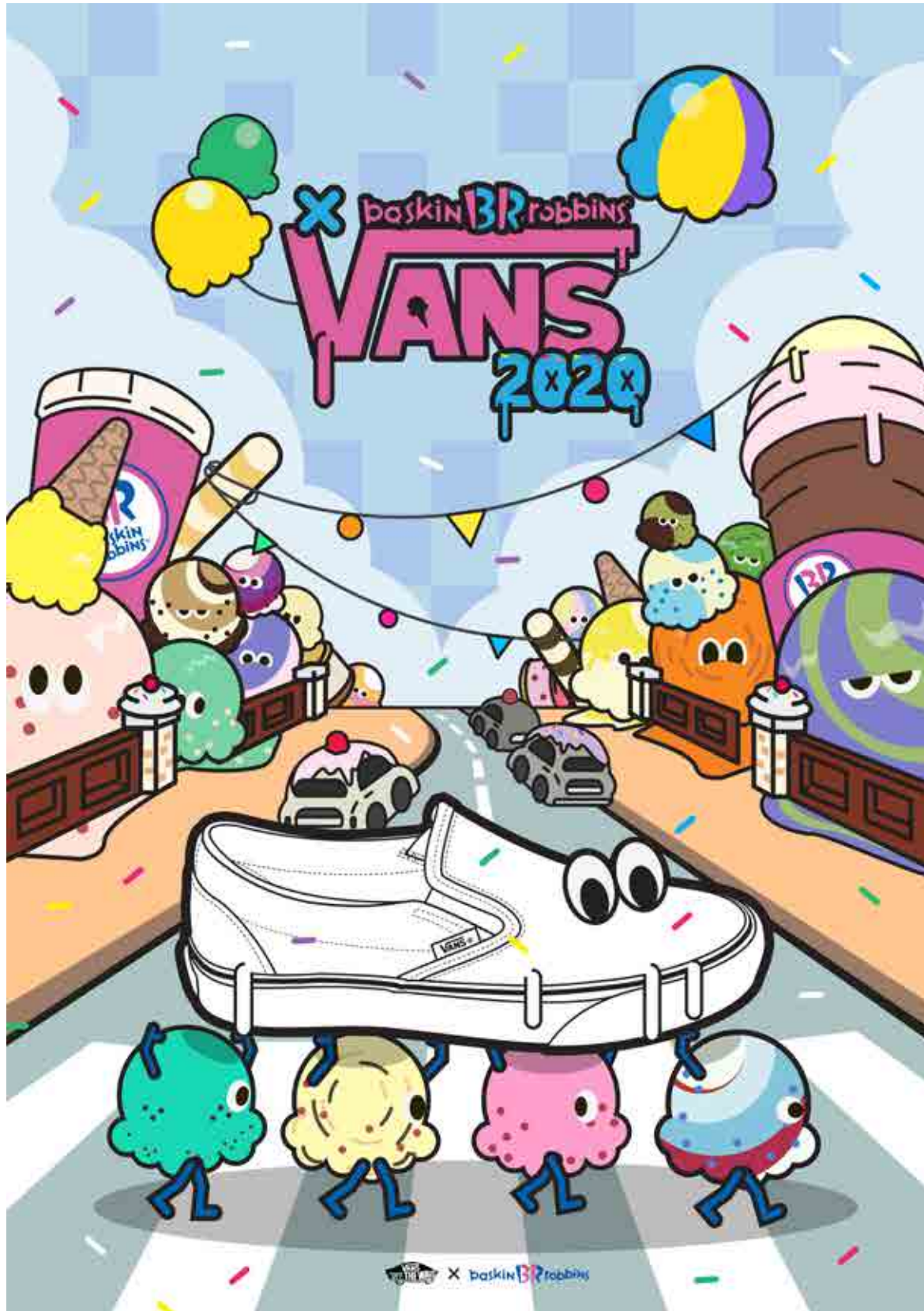




VANS X Baskin Robbins Collaboration

" 시끌벅적 베라나라에 반스 몬스터 습격! "

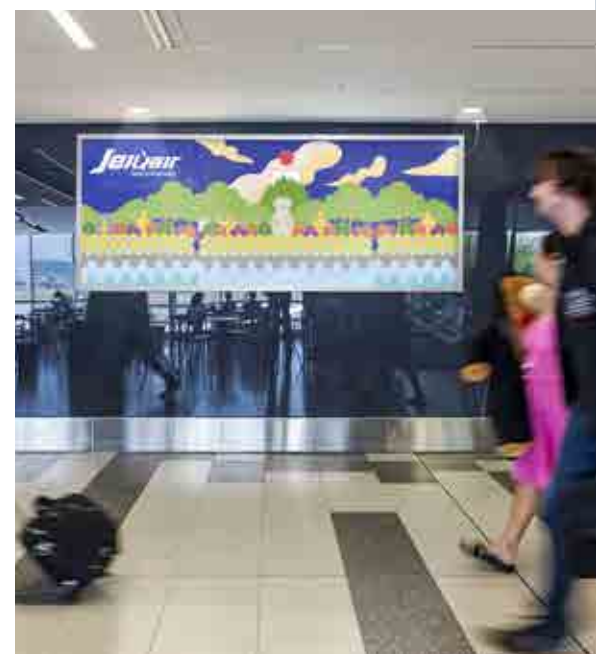
첫 번째 포스터는 여러 맛의 아이스크림들이 모여 사는 베라 마을에 반스 몬스터가 습격하는 장면을 카툰 형식의 아트 포스터로 제작하였고 두 번째 포스터는 아이스크림들과 반스 몬스터가 화해하여 축제를 열게 된 장면을 아트 포스터로 제작하였습니다.





Brand Renewal Design

'짧게, 자주 다니는 여행'으로 소비자에게 반가움과 환영의 이미지를 보여주려는 브랜드, 'JEJUair'의 로고를 리뉴얼 작업하였다. 제주도의 명물인 말을 모티브로 하여 빠르게 뻗어 나가는 비행의 이미지를 인식시켜 쉽고 편안한 여행을 즐길 수 있는 항공 브랜드를 보여준다.





Seasoning
SEA SALT
토끼와 자라

Package Desgin

Seasoning SEA SALT 토끼와 자라

전래동화 [별주부전]을 인용하여 패키지 일러스트를 구상하였습니다. 용왕이 아파서 나올 수 있는 약은 토끼간 밖에 없었기 때문에 토끼를 꼬여내어 바닷속 용궁밥을 먹게 된 토끼가 반하게 된다는내용으로 전개되는 형식의 스토리입니다. 원의 형식으로 일러스트를 넣어 집중도 있게 제작하였습니다.



먼 옛날 바닷속을 다스리는 용왕이 정체 모를 병에 걸리고 말았습니다. 용왕의 충신 자라는 수소문 끝에 토끼의 간을 용왕의 병을 낫는다는 정보를 얻게 됩니다.

Package



육지로 올라간 자라는 토끼를 겨우 꼬여내어 바닷속 용왕에게 데려옵니다.
토끼는 처음 보는 바닷속 풍경에 호기심을 가지게 됩니다.



토끼 간과 어우러질 약재를 찾는 동안 용궁에서 식사하게 된 토끼는 용궁의 밥이 너무 맛있어서 깜짝 놀라게 됩니다. 그리고 용궁에서만 쓰이는 조미료를 몰래 훔쳐서 다시 육지로 도망갈 계획을 세우게 됩니다.

Editorial Desgin

" 제주도에는 왜 남자해녀는 없지? "

조선시대 제주해녀의 어두운 역사를 동화로 만들어 제작하였습니다. 과거의 슬픈 역사를 나타내기 위해서 흑백과 푸른 계열의 모노톤 색감으로 진지하게 표현하였고 부분적으로 일러스트와 글의 여러 배치로 흥미를 유발하였습니다.



UX/UI Desgin

" 혼자 놀기의 신, 혼신 "

각종 SNS를 다 봐서 할게 없는 집콕러들의 만렙 어플리케이션을 제작해보았습니다. 실시간으로 여러 상대방들과 대화, 게임, 매일 올라왔다 사라지는 무료 취미 클래스까지 모든 만능 어플입니다.

ADVERTISING

제로의 무게,
코카콜라 제로 광고 포스터



ADVERTISING

맨발과 같은 편안함,
아디다스 광고 포스터





MOTION GRAPHICS

크리스마스 악몽 엔딩 시퀀스

거친 텍스처와 강렬한 색감, 러프한 느낌의 일러스트를 통해 팀 버튼의 크리스마스 악몽에 걸맞는 분위기의 엔딩 시퀀스를 모션 그래픽으로 제작하였다.



EDITORIAL

글로 먹는 햄버거 이야기

햄버거의 유래와 현재의 햄버거 프랜차이즈들에 대한 재미난 이야기들을 흥미로운 일러스트와 함께 엮어낸 책이다.





PACKAGE

DAY & NIGHT 수제맥주

낮과 밤이라는 대비되는 요소를 가지고 하나의 패키지 안에서 같지만 다른 두 가지 디자인을 적용하였다. 앞면은 DAY, 캔을 돌려보면 다른 면이 NIGHT 부분이 나오므로 앞뒷면의 디자인이 똑같은 맥주캔보다 소비자에게 즐거움을 선사하는 디자인이다.



BRAND IDENTITY

기존의 버거킹 로고는 심플한 버거의 모양이라서 로고를 색다른 형태로 재탄생 시키고자 하였다. 버거킹의 슬로건이 "Taste is King" 인 것과, 이름 자체에도 왕(King)이라는 단어가 들어가 있는 것을 보고 왕 했을때 가장 직관적으로 떠오르는 요소인 왕관을 디자인 포인트로 삼아 리디자인 하였다.







We make the world
a better place !



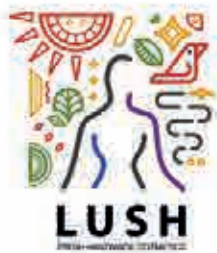
BIG BLUE

LUSH
FRESH HANDMADE COSMETICS

advertising

환경적 가치를 중요하게 여기는 LUSH의 기업적 철학을 나타내면서
대표적 상품인 입욕제를 광고하는 아트 포스터





brand identity

LUSH 라는 브랜드가 가지고 있는 자연 친화적이고 사회적인 가치들이 디자인적으로 더 돋보일 수 있도록 리뉴얼 브랜딩. 추상적인 패턴 모듈과 자연적인 색상들이 어우러져 기존 LUSH의 딱딱함과 모던함을 탈피하고, 다채로운 이미지로 더욱 소비자들에게 친근감있게 다가가는 계기를 만들고자 하였다.





package

활발하고 에너지 넘치는 색감을 가진 강아지 간식 'Rainboe PoP'을 브랜딩하고 패키지를 제작하였다. 통통 튀고 귀여운 우리들의 반려견들이 즐길 수 있는 간식거리를 제공하고자 한다.



editorial

원작 '인어공주'를 소개하는 아코디언북을 디자인하였다. 인어공주와 관련된 바닷속 일러스트를 신비로운 색감을 이용하여 작업했다.



motion graphics

빛의 담겨져 있는 3가지 뜻을 풀어낸 영상디자인



LEON PAINT

페인트에 하늘을 달다.



ADVERTISING
LEON PAINT

새로운 브랜드 'LEON PAINT'는 카멜레온의 특성을 살린 페인트브랜드로
자연과 카멜레온을 활용하여 색을 표현한 광고포스터이다.





PACKAGE
LEON PAINT



새로운 브랜드 'LEON PAINT'는 카멜레온의 특성을 모티브로하여 자연 환경으로부터 색을 담았다는 의미를 가지고 있다. 로고는 카멜레온의 모양으로 브랜드아이덴티티를 표현하고 'P' 부분을 롤러를 사용하여 페인트브랜드를 직접적으로 전달하고자 하였으며 패키지는 페인트 컬러를 자연의 활용한 네이밍을 사용하여 친환경적인 브랜드임을 강조하였다.



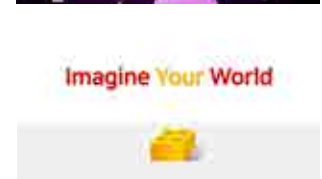
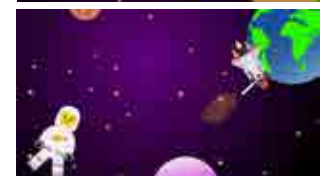
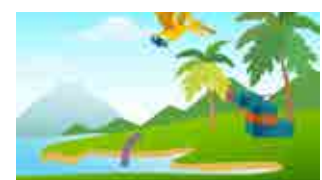
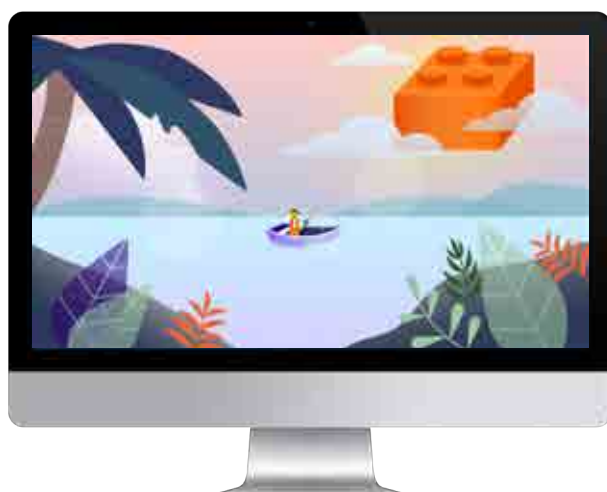
EDITORIAL
LEON PAINT - City & Color

각 나라마다 고유의 색이 있지 않을까 하는 의문에서 시작되어 제작하게 되었다. 다양한 나라의 도시들과 그 속에서의 자연, 그리고 색을 함께 연관지어 리플렛 형태의 시리즈로 진행하였다. 길표지는 도시에 관한 이미지와 텍스트를 표현하고 안쪽은 자연과 색에관해 설명하였다.



MOTION GRAPHICS
WHAT IS LEGO?

장난감 블록 브랜드인 'LEGO'의 아이덴티티영상으로 단순한 모형의 장난감들이 아이들의 상상력에 의해 다양하게 표현될 수 있다는 의미를 담은 영상이다.

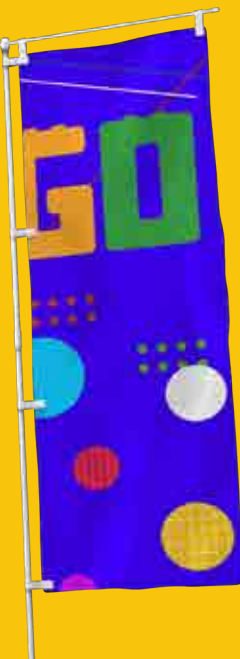
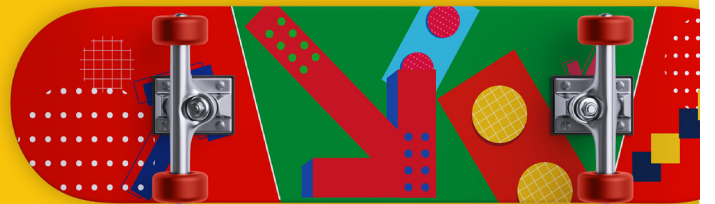


BRAND IDENTITY
LEGO



장난감 블록 브랜드 '레고'의 리브랜딩 프로젝트를 진행하였다. 기존의 레고의 로고에서 느껴지는 이미지보다 활동적이며 블록의 이미지를 직접적으로 전달하고자 하였으며 블록의 단면과 쌓여간다는 의미를 형상화하여 패턴에 적용시켜 작업하였다.





advertising

샤베트 아이스크림의 달콤하고 시원한 느낌을 아트포스터 형식으로 제작하였습니다. 대표캐릭터는 북극에서 볼 수 있는 북극여우를 선정하였고, 각 일러스트마다 상황컨셉을 잡아 재미있게 표현하고자 하였습니다. 일러스트 주변에 Memphis 효과를 넣어서 심심하지 않고 톡톡 튀는 느낌을 주고자 하였습니다.





서바서바

무더위를 부채주는 시원한 시애틀의 아이스크림!



brand identity

생활 전반에 걸친 다양하고 저렴한 가격의 좋은 상품을 제공하며 항상 고객의 생활 중심 가까이에 있는 다이소. 다소 가벼워 보일 수 있는 느낌을 바꿔주고자 하여 기하학적인 패턴을 이용해 고급진 느낌을 주고자 하였다.





package

차를 마시며 느끼는 여유로움을 펜 드로잉으로 나타내어 표현한 차 패키지입니다.
각 차마다 가지고있는 특징을 한눈에 알아볼 수 있게 디자인 하고자 하였습니다.



editorial

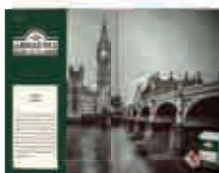
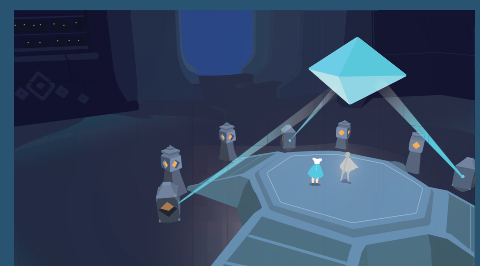
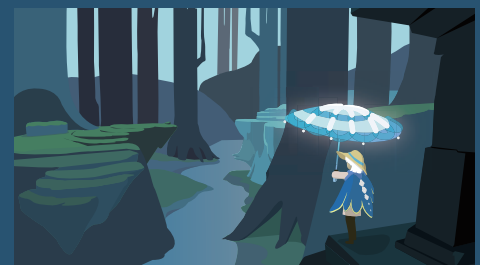
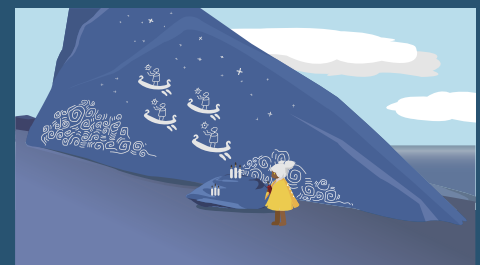
홍차의 종류, 역사, 마시는법 등 여러가지 정보들을 한번에 담은 책을 디자인 하였습니다.





motion graphics

스마트폰 게임 'Sky : Children of Light' 을 소개하는 영상으로, 게임 속 에서 볼 수 있는 배경들을 일러스트화 시키고 각 맵의 특징을 살려서 작업하였다.



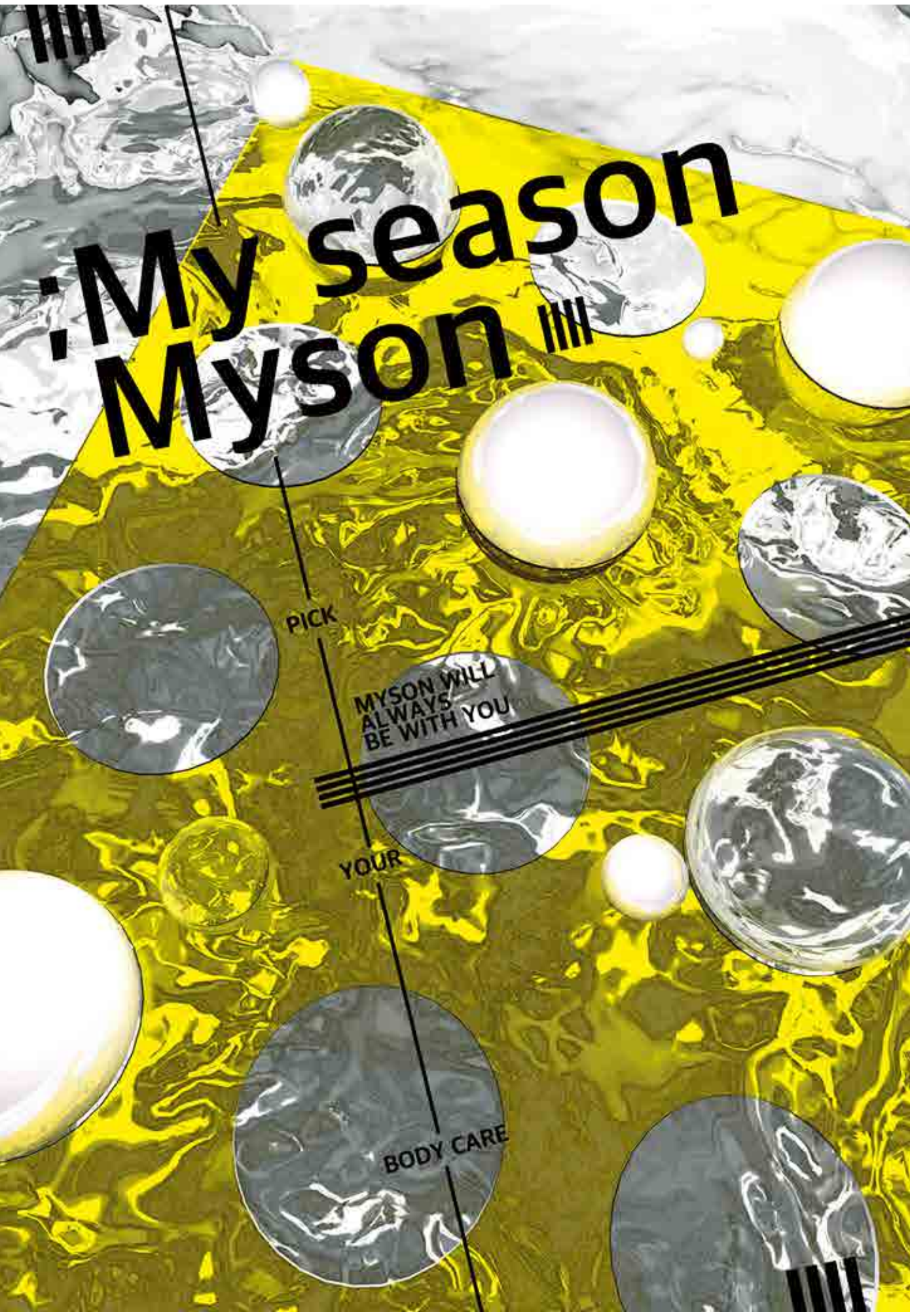


BRAND IDENTITY

계절마다 계절의 특성에 맞는 바디용품 사용할 수 있도록 만들어진 바디케어 브랜드이다. 나의 계절이라는 뜻의 My + Seasons 를 줄여서 MYSON 이라는 새로운 브랜드 네임을 만들어냈다.

ADVERTISING DESIGN

마이슨의 바디케어 용품들이 피부에 닿는 느낌을 시각적으로 형상화하여 표현한 컨셉포스터이다.



My season Myson

PICK

MYSON WILL
ALWAYS
BE WITH YOU

YOUR

BODY CARE



LOGO TYPE

그림 타입으로 된 로고에서 MYSON의 알파벳이 모두 형상화 될 수 있고 4계절이 나타날 수 있도록 제작하였다. 물방울 형상은 MYSON은 당신의 부족함을 채워준다 라는 의미로 로고에 포함시켰다.

PACKAGE DESIGN

마이슨의 아이덴티티가 계절에 맞는 바디케어 용품인 만큼 사계절을 나타낼 수 있는 요소들을 이용하여 패키지를 디자인 하였다.





EDITORIAL DESIGN

아트박스 캐릭터들을 소개하는 컨셉아트북을 디자인했다.



MOTION GRAPHIC

사람들에게 행복을 만들어주는 공장을 컨셉으로 3D 모션그래픽을 제작했다. 아트박스 브랜드네임의 BOX라는 단어에서 착안하여 아트박스라는 공장에서 평범한 상자가 선물상자로 만들어지는 과정을 담아냈다.





기존의 아트박스 로고에서 "PLAY"라는 아이덴티티를 결합시켜 새로운 로고를 디자인 했다. 다른 곳에서의 쇼핑은 지겹고 귀찮고 힘들다 느껴지는 것과 달리 아트박스에서 쇼핑할 때만큼은 '놀이'로 쇼핑한다, 쇼핑을 즐길 수 있다'는 분위기를 줄 수 있도록 했다.







Welcome, Syanian Cafe

Bijou

Advertising
BIJOU

BIJOU는 '아기자기한'이라는 뜻을 가진 캐릭터카페이다. 실바니안 패밀리의 캐릭터들이 카페에서 즐기는 모습들을 일러스트로 넣어 광고 포스터를 제작하였다.

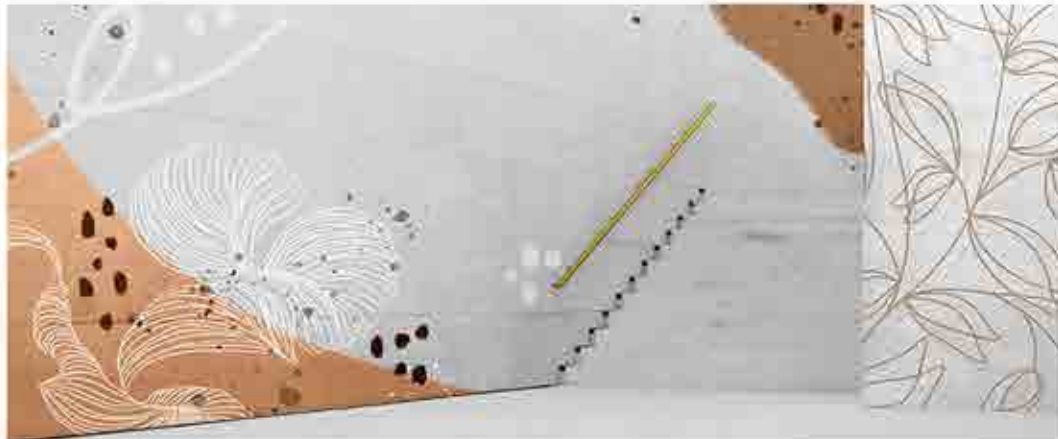
Welcome, Syanian Cafe

Bijou



Brand Identity

카페베네의 로고 중 B의 나무를 형상화 시켜 자연을 표현하였고 B안에 엄지는 카페베네의 최고의 맛 커피를 감성적으로 표현하였다.



UX / UI

CAFFE BENE

카페베네의 음료를 주문, 배달할 수 있는 카페베네의 가상 어플이다.







Package

기분 좋은 한 잔

기분 좋은 한 잔은 물에 넣어 마실 수 있는 과일 칩 브랜드이다.
하루 평균 물 섭취량 2L를 과일맛을 느끼며 기분 좋게 마실 수 있다.
레몬, 자몽, 오렌지, 라임, 사과, 비트 등 과일들의 일러스트와 마시는
순간 자연을 느끼는 듯한 식물 일러스트들을 넣어 제작하였다.



Package

기분 좋은 한 잔 _ Double

두가지 이상의 과일을 함께 넣은 패키지로
여러가지 과일칩을 물에 한번에 넣어 마실
수 있는 제품이다.





advertising

드라마 보다 재미있는 닌텐도 스위치를 주제로 잡고, 슬레이트와 닌텐도 스위치를 결합시켜 표현했습니다.



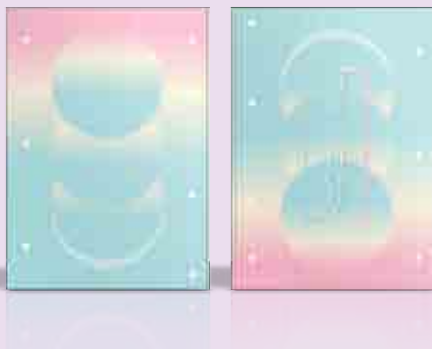
advertising

재미를 공유한다는 것을 주제로 와이파이가와 닌텐도 스위치의 게임들을 결합시켜 닌텐도 스위치 광고를 표현했습니다.



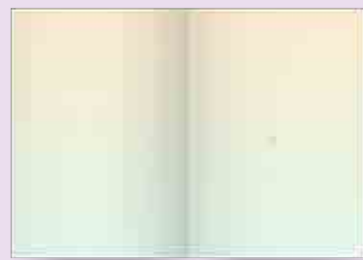


package 화려한 색조 화장품이 유명한 맥에서 출시된 클렌징 제품이라는 것에 초점을 맞춰 화려한 네온 컬러의 색을 이용해 홀로그래픽 기법을 이용해 컬러와 분위기를 연출 하였다. 클렌징을 할때 화장이 지워지면서 색들이 녹아 내리는 형태를 표현 하였고 도시적인 이미지인 기존 브랜드의 느낌을 이어 받아 깔끔한 타이포 레이아웃 배치를 통해 이미지는 화려하게 레이아웃은 미니멀 하게 디자인 하였다.



editorial 젊은 노티나무

젊은 노티나무 소설의 명대사를 모아 감성적인 일러스트로 표현하고 그리드 배치를 심플하고 간단하게 하여 여운을 주고자 했다.



BOTTEGA
VENETA



명품 브랜드인 보테가 베네타의 인트레치아토 기법을 모티브로 삼아 각각 선과 면들이 겹쳐져 패턴을 만들어 내도록 만들었다. 기존의 고급스러운 느낌을 유지하기 위해 채도가 잔잔한 고급스러운 컬러를 이용함과 동시에 다양한 패턴을 만들어 두가지 느낌을 한번에 연출하고자 했다.



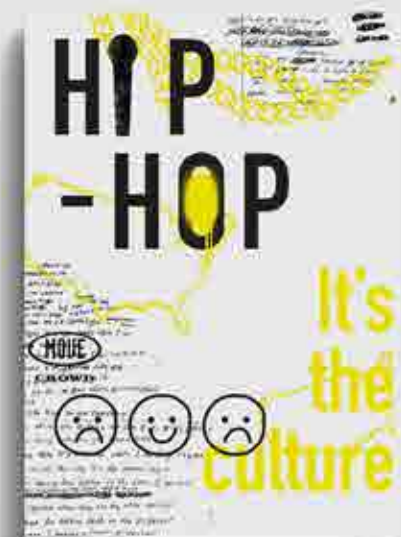




SLOW COFFEE

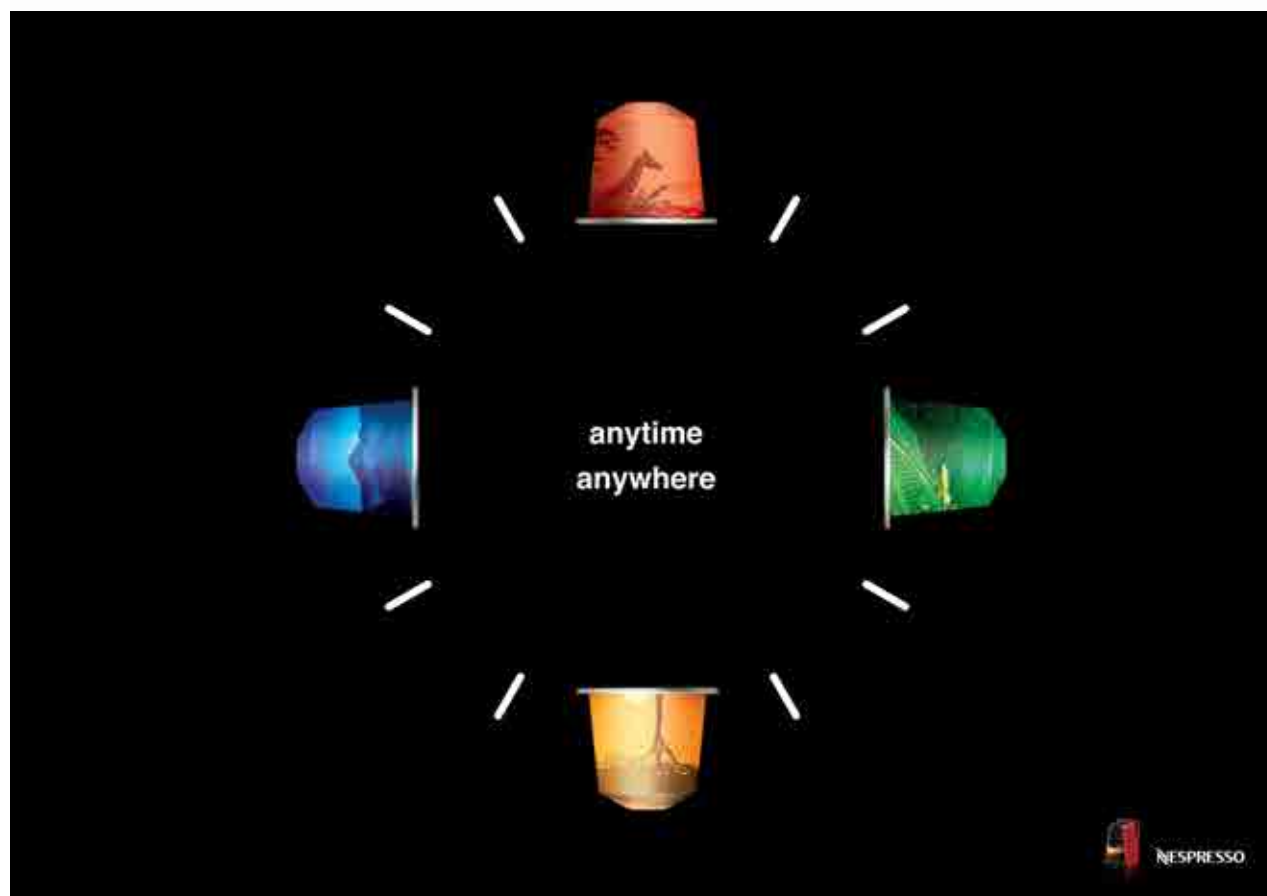
'슬로우 커피'와 어울리는 느린 동물 나무늘보의 일러스트를 제작해 커피 원두, 콜드브루 파우치, 콜드브루 병 패키지를 디자인했다.





Hip Hop / the culture

힙합을 주제 편집물을 제작했다. 최근 유행하는 힙합 음악을 넘어 댄스, 아트를 모두 아우르는 힙합 문화를 소개한다.



Nepresso

다양한 맛과 컬러로 유명한 네스프레소 캡슐 광고를 제작했다.
컬러풀한 캡슐에 풍경을 더해 더욱 더 풍성한 이미지를 담았다.

Florida Project

플로리다 프로젝트라는 영화의 업서를 제작했다. 영화의 주인공인 아이들이 갈 곳 없는 어두운 현실이 아닌 아이들이 어디든 갈 수 있는 세상을 바라는 희망적인 메시지를 담았다.





프랑스어로 프로방스 옥시타나의 여자라는 의미를 담고있는 브랜드 옥시땅의 리브랜딩 작업을 했다. 브랜드의 로고 스토리를 담아 보았다.

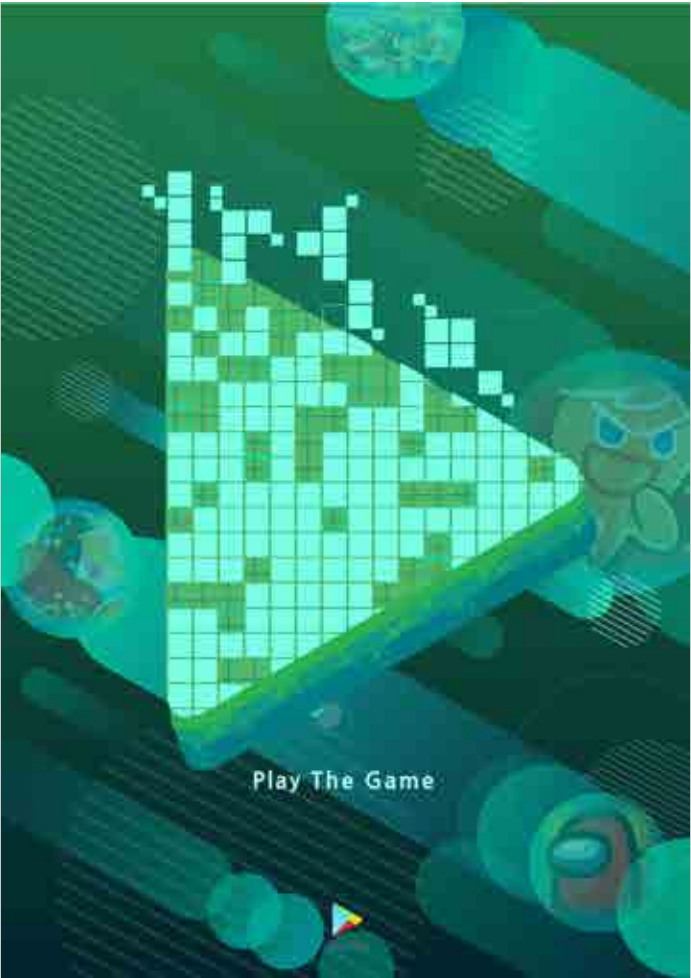
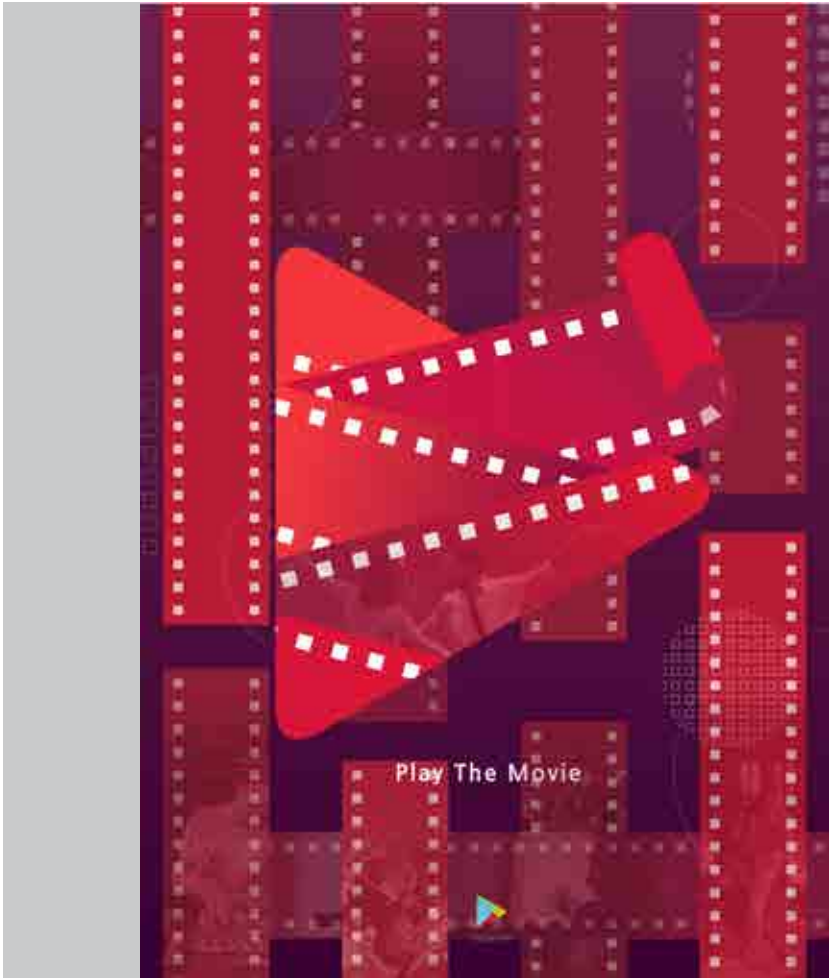






Advertsing

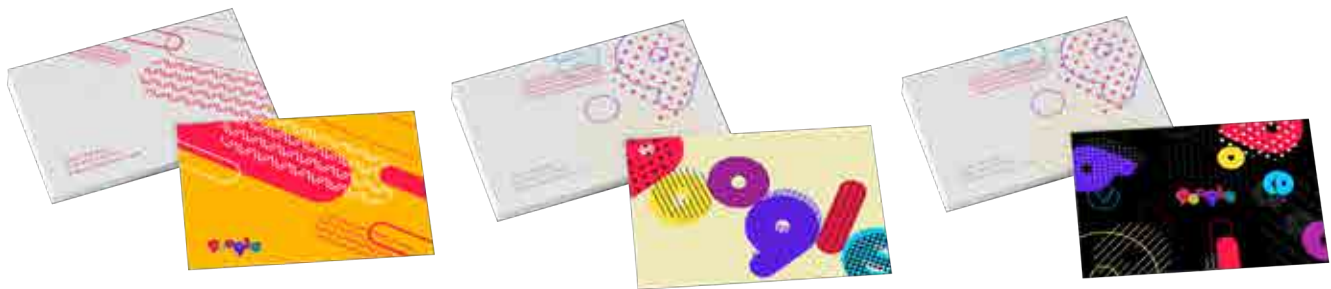
구글플레이 스토어의 4가지 카테고리 '뮤직, 북, 무비, 게임'의 광고 포스터를 제작하였다. 각 분야별의 특징을 그래픽으로 나타내었고, 그래픽을 활용한 구글 플레이 스토어의 광고 영상도 함께 제작하였다.





Brand identity

자신들이 확보한 방대한 양의 데이터베이스에 누구나 쉽게 접근하여 이용할 수 있도록 하는 Google의 경영방침과 다국적 기업인 점을 인용하여 곡선위주와 율동감 있는 배치로 남녀노소 누구나 친근함을 느낄 수 있도록 하고, 다양한 색과 패턴을 넣어 다양성을 보여주고자 하였다.







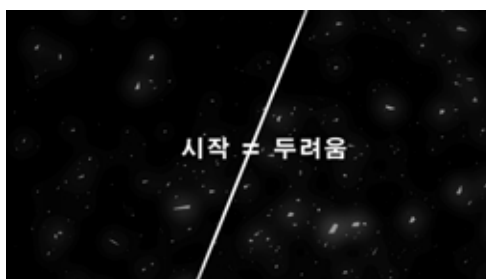
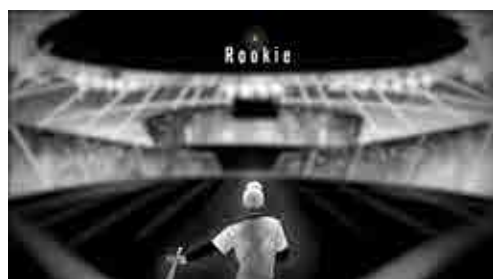
Package

과일 추출물이 함유된 산양우유 제품으로 산양과 각 과일의 이미지를 합성한 산양 캐릭터를 전면에 배치하였다.



Motion graphics

'신은 언제나 신인을 응원한다.' 라는 초심명언을 인용하여 대학을 졸업하여 사회에 첫 발을 내딛는 모든 사회초년생들에게 전하는 모션그래픽을 제작하였다.





Advertising

DUNKIN' DONUTS

새롭게 리브랜딩한 던킨도너츠의 패턴을 토핑처럼 표현해
던킨도너츠의 광고포스터를 제작하였다.



Advertising

MONSTAR VITAMINS

몬스타비타민즈의 캐릭터를 이용하여 아트포스터를 제작하였다.



DUNKIN' DONUTS

도넛가게인 던킨도너츠를 리브랜딩하였다.

심볼로고는 던킨도너츠에서 판매하는 도넛과 음료들을 상징하고 있으며 로고를 이용해 다양한 패턴들을 제작하였고 이를 모티브로 브랜드 아트웍을 만들어 어플리케이션에 응용했다.







Package

MONSTAR VITAMINS

'MONSTAR VITAMINS'는 어린이 영양제 브랜드이다. 각 영양소의 특성에 맞추어 제작된 캐릭터들과 아기자기한 일러스트를 통해 영양제가 낯선 아이들에게 친밀하게 다가가고자 표현하였다.

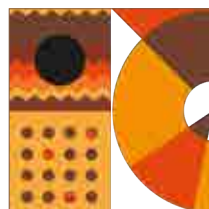
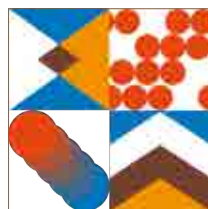




Motiongraphics

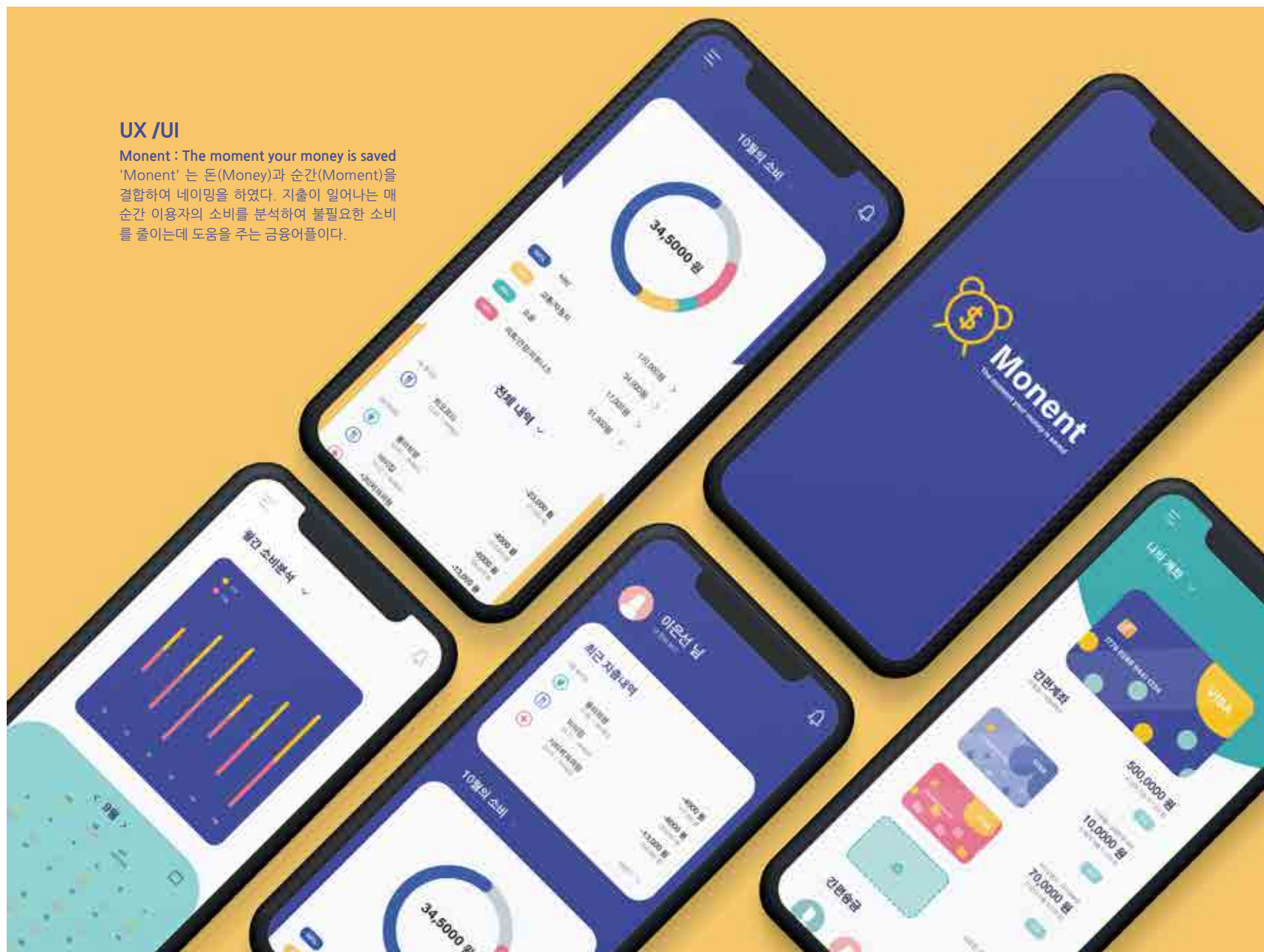
DUNKIN' DONUTS

새롭게 리디자인한 던킨도너츠의 심볼로고와 패턴을 이용해 브랜드 아이덴티티를 강조한 모션그래픽을 제작하였다.



UX /UI

Monent : The moment your money is saved
'Monent' 는 돈(Money)과 순간(Moment)을 결합하여 네이밍을 하였다. 지출이 일어나는 매 순간 이용자의 소비를 분석하여 불필요한 소비를 줄이는데 도움을 주는 금융어플이다.



CHARGE THE BATTERY
WITH COFFEE



EDIYA COFFEE

ADVERTISING

커피 연기를 배터리충전 아이콘으로 대입시켜 커피를 마심으로써 에너지를 충전한다는 메시지를 전달하고자하였다.



PACKAGE
Ediya coffee bean

대표적인 원두 생산국인 케냐, 브라질, 코스타리카를
연상케하는 동물들을 모티브로하여 원두 패키지를 제작하였다.



EDITORIAL

배달전성시대

음식배달 시장이 빠르게 성장하고 있다. 앱 하나로 모든 것이 가능해진 것은 어제 일이 아니다. 언제부터 배달이 시작되었고, 그 규모는 얼마나 부풀었는지, 대중화된 배달문화에 대한 주제를 다뤄보았다.



1	배달음식, 언제부터 시작되었을까?
2	너도나도 배달, 배달전성시대

배달음식, 언제부터 시작되었을까?

음식배달은 언제부터 시작되었을까? 배달음식은 언제부터 시작되었을까? 배달음식은 언제부터 시작되었을까?

배달음식은 언제부터 시작되었을까? 배달음식은 언제부터 시작되었을까? 배달음식은 언제부터 시작되었을까?

1930

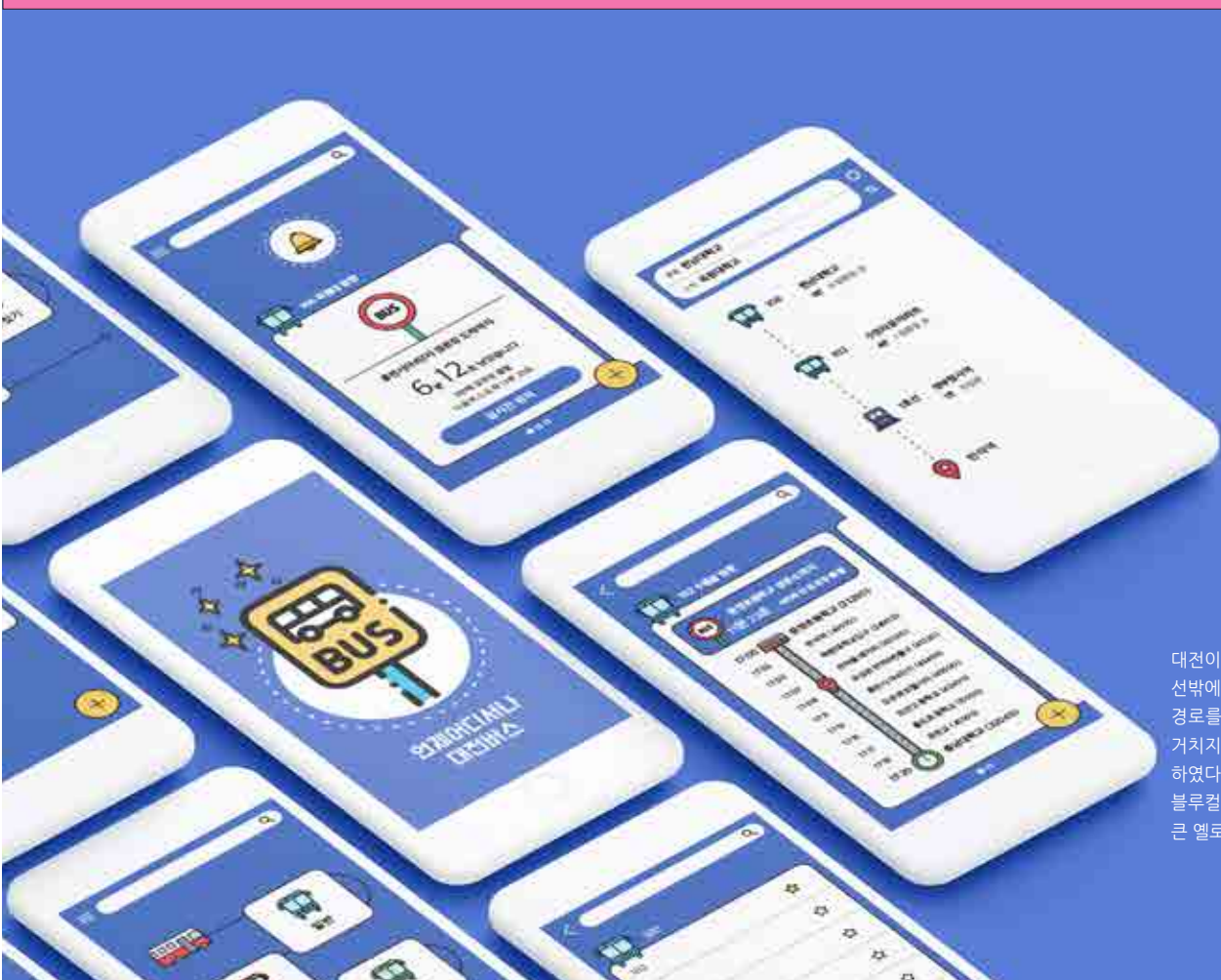
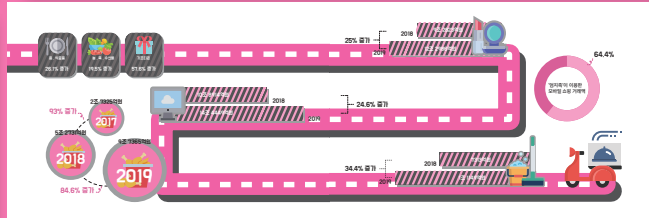
배달음식은 언제부터 시작되었을까? 배달음식은 언제부터 시작되었을까? 배달음식은 언제부터 시작되었을까?

배달음식은 언제부터 시작되었을까? 배달음식은 언제부터 시작되었을까? 배달음식은 언제부터 시작되었을까?

2

너도나도 배달, 배달전성시대

배달음식은 언제부터 시작되었을까? 배달음식은 언제부터 시작되었을까? 배달음식은 언제부터 시작되었을까?



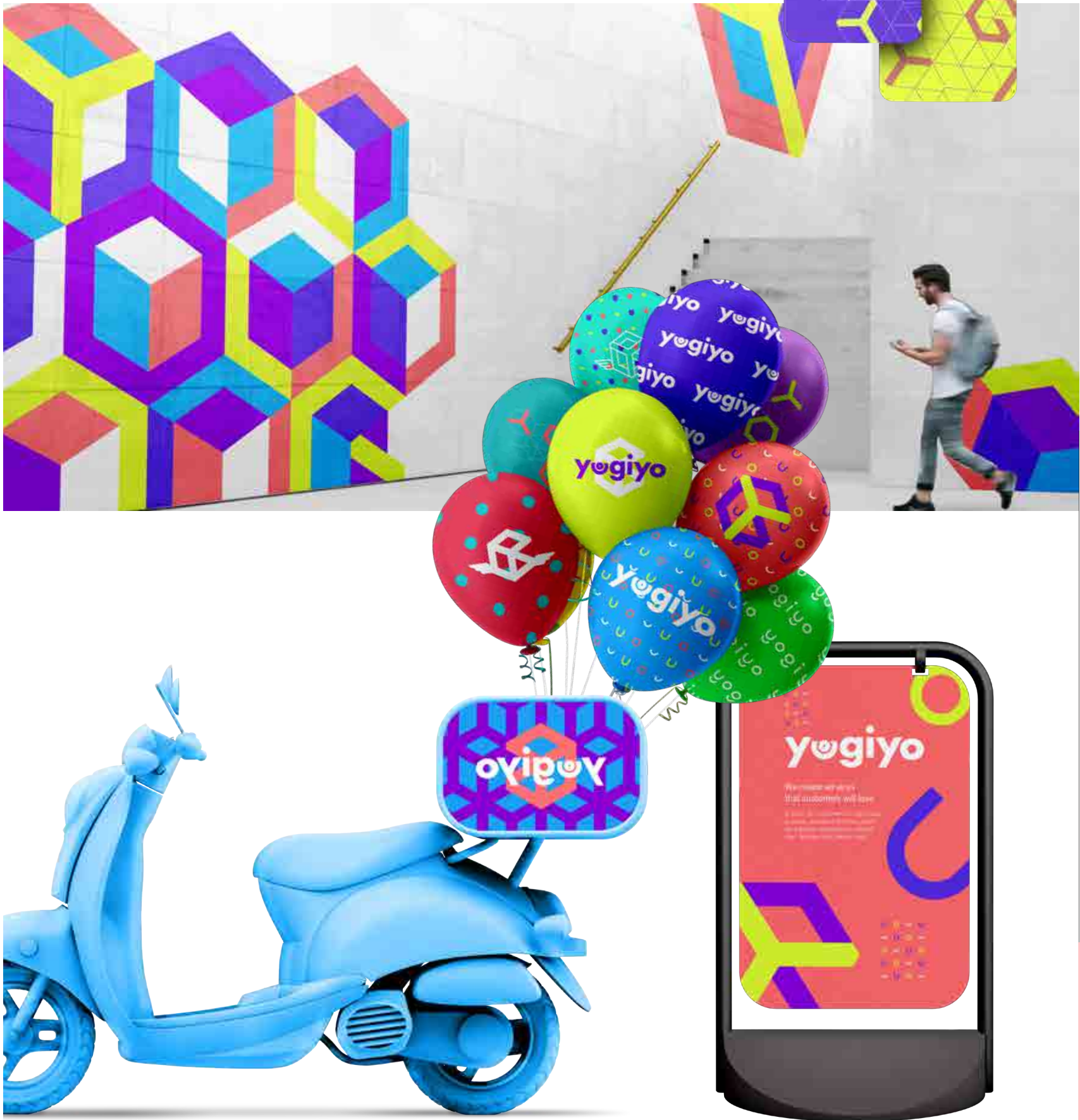
UX / UI
대전버스

대전이라는 한정적인 범위에 초점을 맞춰 1호 선박에 다니지 않아 복잡하지 않은 지하철이나 경로를 찾는 기능 등을 다른 어플리케이션을 거치지 않고 한꺼번에 모아볼 수 있도록 설계하였다. 신뢰감있고 활동적인 느낌을 나타내는 블루컬러와 함께 블루와 어울리면서도 대비가 큰 옐로우컬러를 서브컬러로 사용하였다.

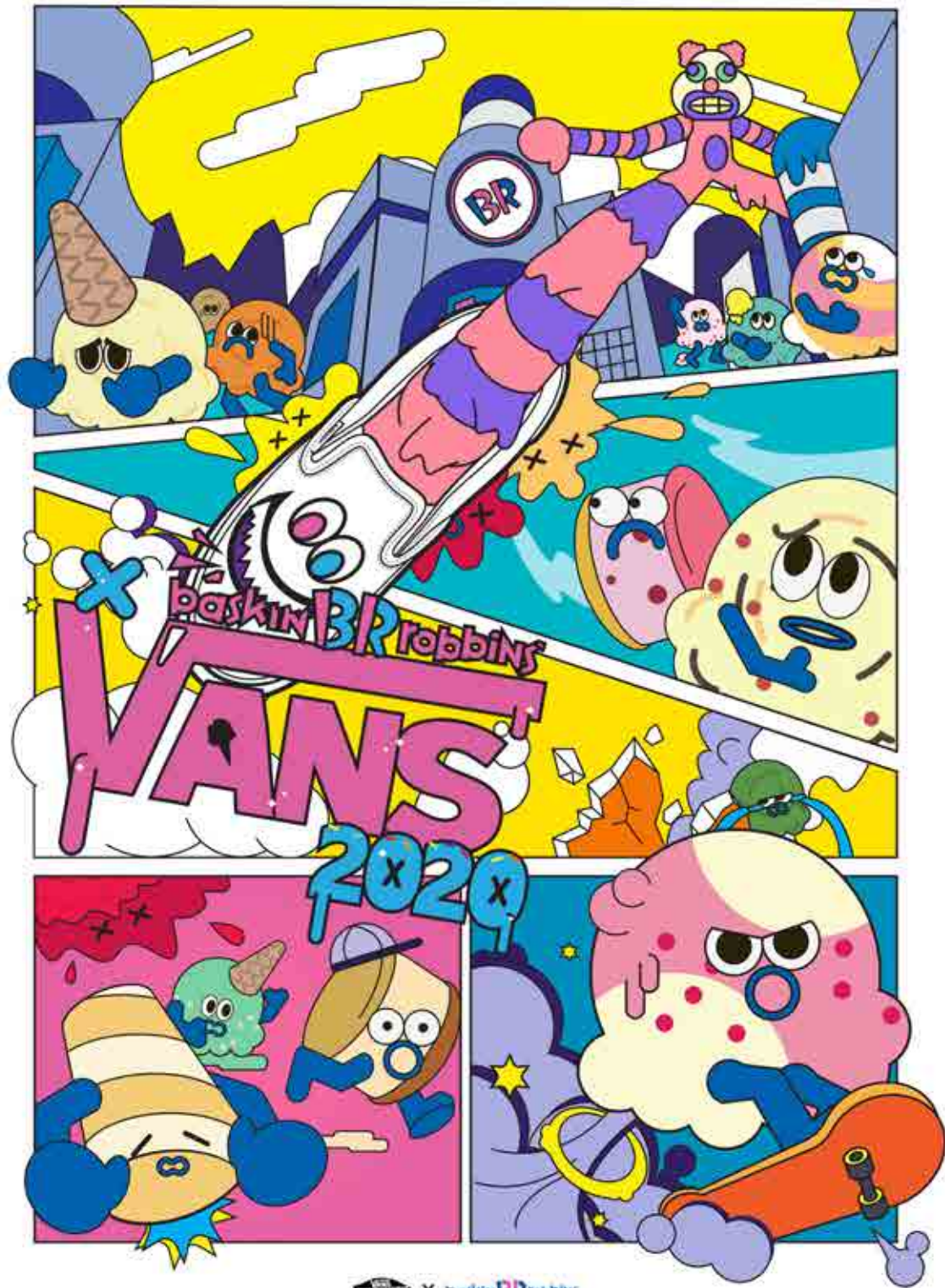
BRAND IDENTITY
YOGIYO



요기요(YOGIYO)의 철자 Y와 G를 활용하여 육면체 모양의 로고를 제작하였고, 날개를 활용한 로고를 통해 배달앱 이미지에 부합하는 신속하고 정직한 느낌을 전달하고자 하였다.



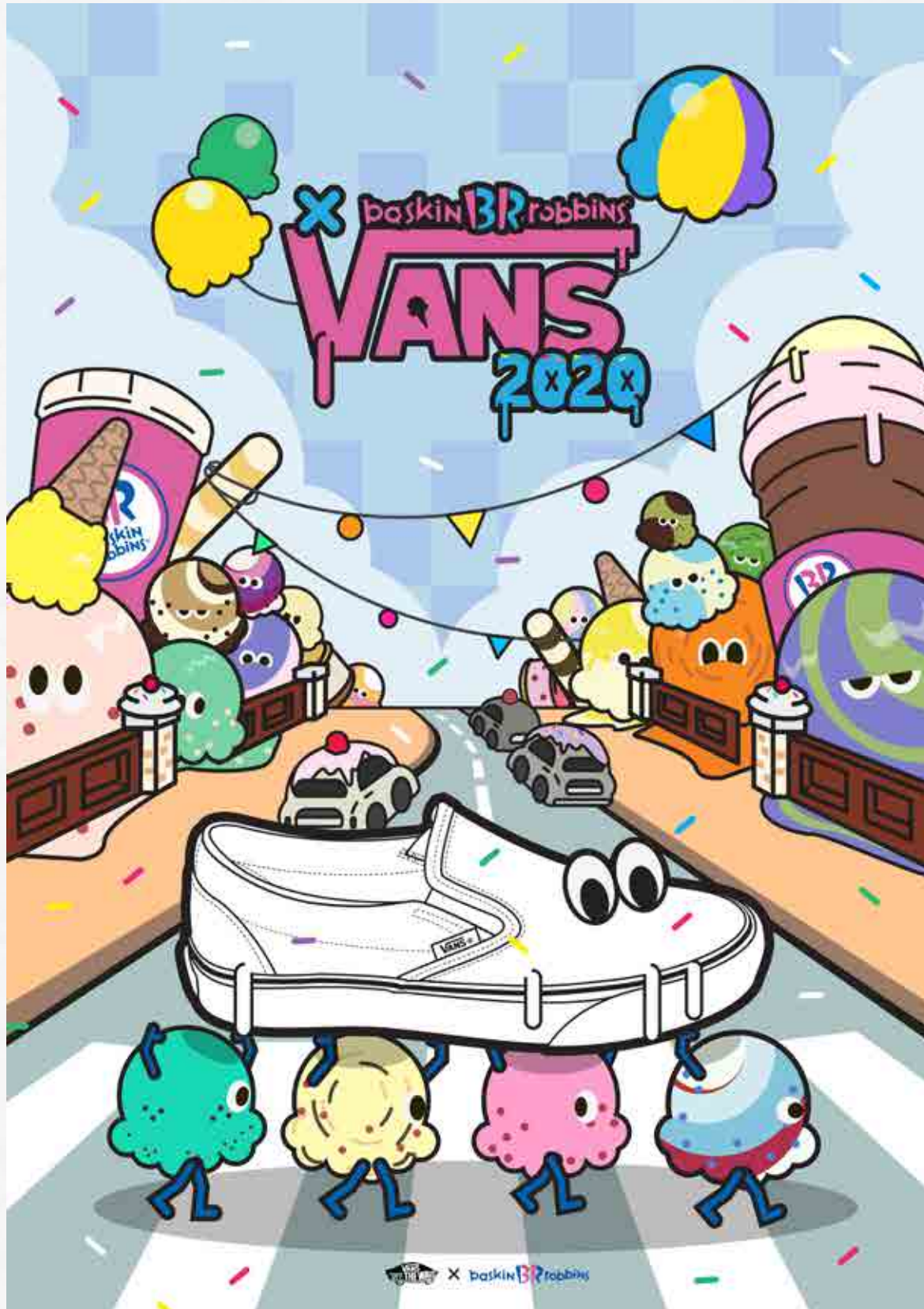




VANS X Baskin Robbins Collaboration

" 시끌벅적 베라나라에 반스 몬스터 습격! "

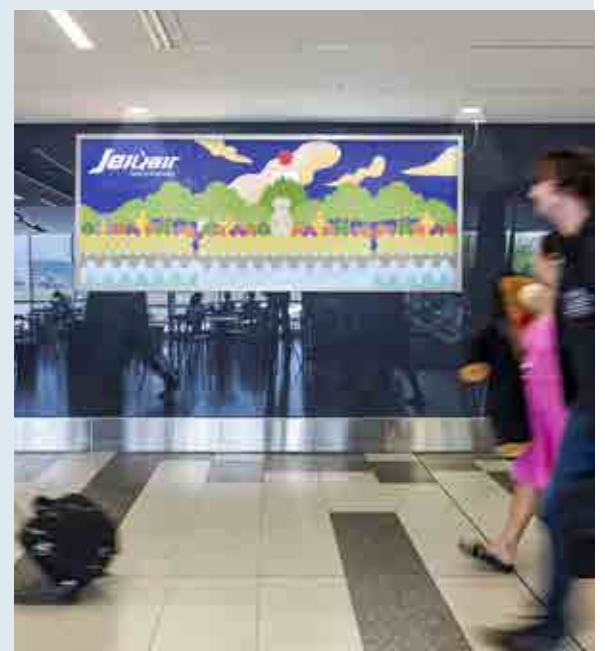
첫 번째 포스터는 여러 맛의 아이스크림들이 모여 사는 베라 마을에 반스 몬스터가 습격하는 장면을 카툰 형식의 아트 포스터로 제작하였고 두 번째 포스터는 아이스크림들과 반스 몬스터가 화해하여 축제를 열게 된 장면을 아트 포스터로 제작하였습니다.





Brand Renewal Desgin

'짧게, 자주 다니는 여행'으로 소비자에게 반가움과 환영의 이미지를 보여주려는 브랜드, 'JEJUAIR'의 로고를 리뉴얼 작업하였다. 제주도의 명물인 말을 모티브로 하여 빠르게 뺨아 나가는 비행의 이미지를 인식시켜 쉽고 편안한 여행을 즐길 수 있는 항공 브랜드를 보여준다.





Seasoning
SEA SALT
토끼와 자라

Package Desgin

Seasoning SEA SALT 토끼와 자라

전래동화 [별주부전]을 인용하여 패키지 일러스트를 구상하였습니다. 용왕이 아파서 나올 수 있는 약은 토끼간 밖에 없었기 때문에 토끼를 꼬여내어 바닷속 용궁밥을 먹게 된 토끼가 반하게 된다는내용으로 전개되는 형식의 스토리입니다. 원의 형식으로 일러스트를 넣어 집중도 있게 제작하였습니다.



먼 옛날 바닷속을 다스리는 용왕이 정체 모를 병에 걸리고 말았습니다. 용왕의 충신 자라는 수소문 끝에 토끼의 간이 용왕의 병을 낫는다는 정보를 얻게 됩니다.



육지로 올라간 자라는 토끼를 겨우 꼬여내어 바닷속 용왕에게 데려옵니다.
토끼는 처음 보는 바닷속 풍경에 호기심을 가지게 됩니다.



토끼 간과 어우러질 약재를 찾는 동안 용궁에서 식사하게 된 토끼는 용궁의 밥이 너무 맛있어서 깜짝 놀라게 됩니다. 그리고 용궁에서만 쓰이는 조미료를 몰래 훔쳐서 다시 육지로 도망갈 계획을 세우게 됩니다.

Editorial Desgin

" 제주도에는 왜 남자해녀는 없지? "

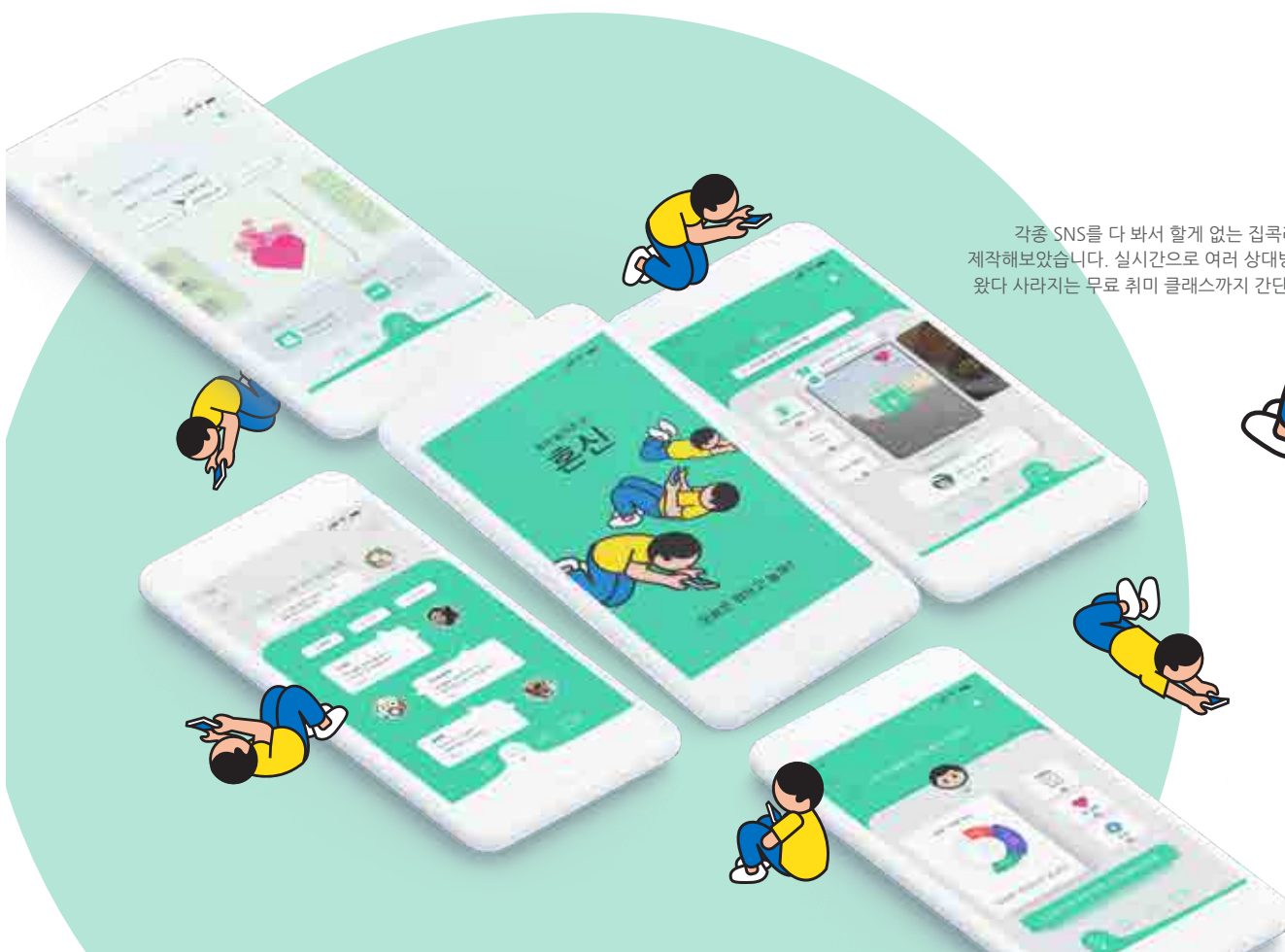
조선시대 제주해녀의 어두운 역사를 동화로 만들어 제작하였습니다. 과거의 슬픈 역사를 나타내기 위해서 흑백과 푸른 계열의 모노톤 색감으로 진지하게 표현하였고 부분적으로 일러스트와 글의 여러 배치로 흥미를 유발하였습니다.

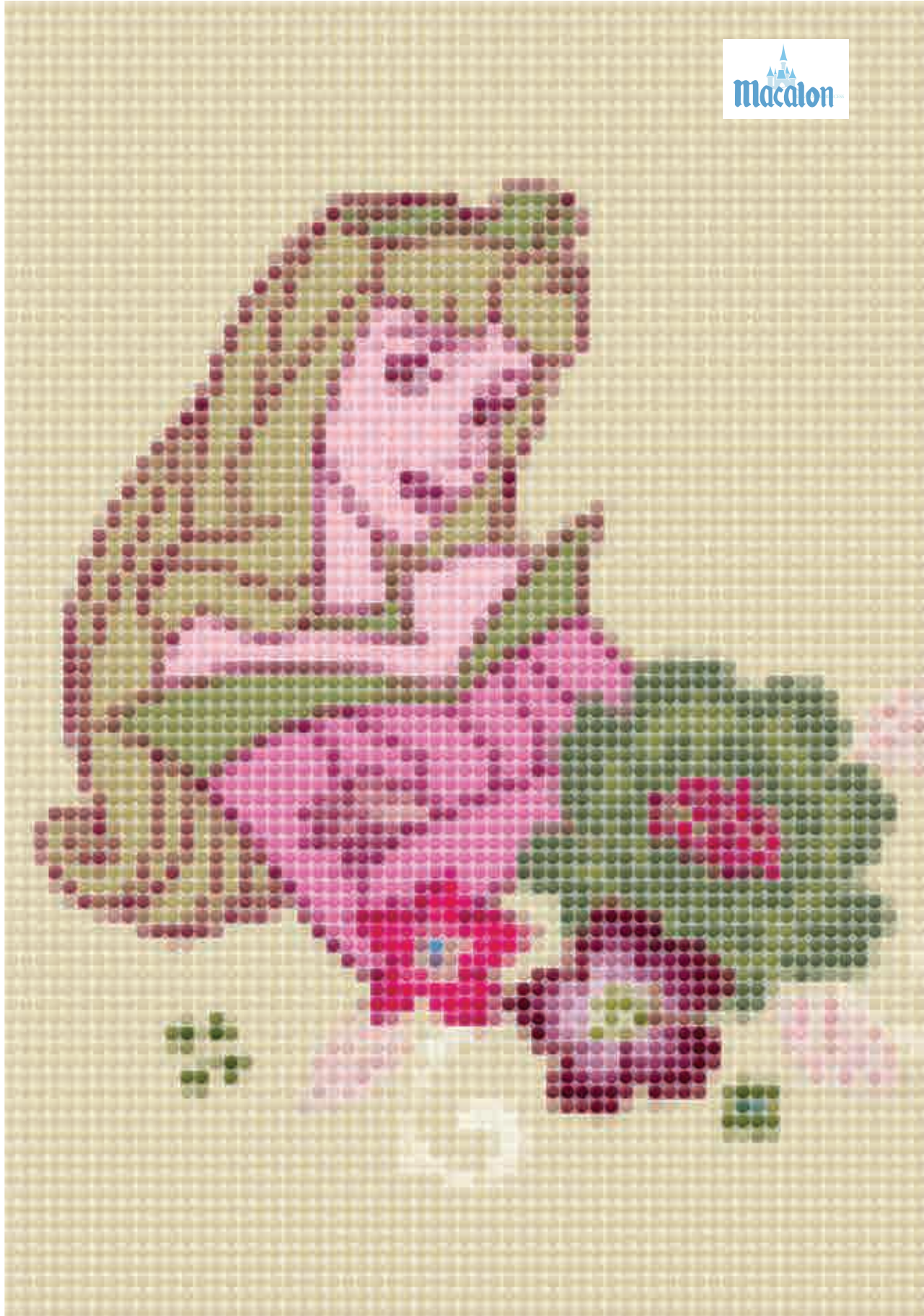


UX/UI Desgin

" 혼자 놀기의 신, 혼신 "

각종 SNS를 다 봐서 할게 없는 집콕러들의 만렙 어플리케이션을 제작해보았습니다. 실시간으로 여러 상대방들과 대화, 게임, 매일 올라왔다 사라지는 무료 취미 클래스까지 간단히 즐기기는 어플입니다.





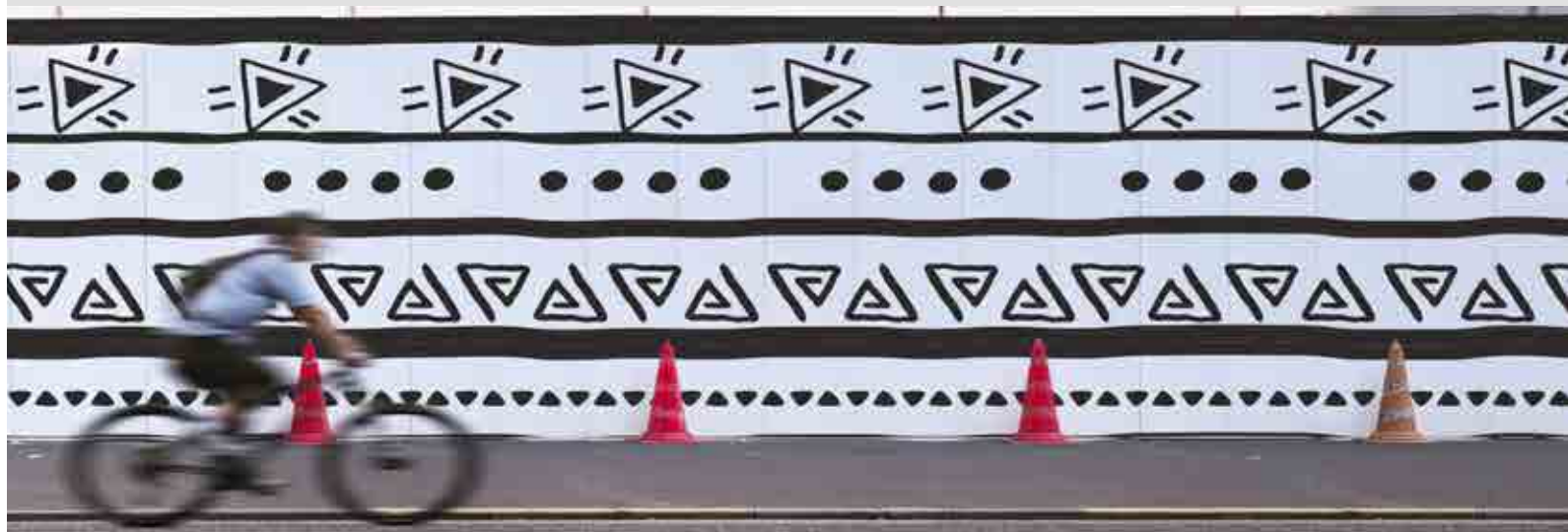
마카롱 브랜드와 디즈니 공주를 콜라보레이션 했으며
마카롱 하나 하나를 이용해 디즈니공주를 나타내는 아트 포스터를 제작했습니다.

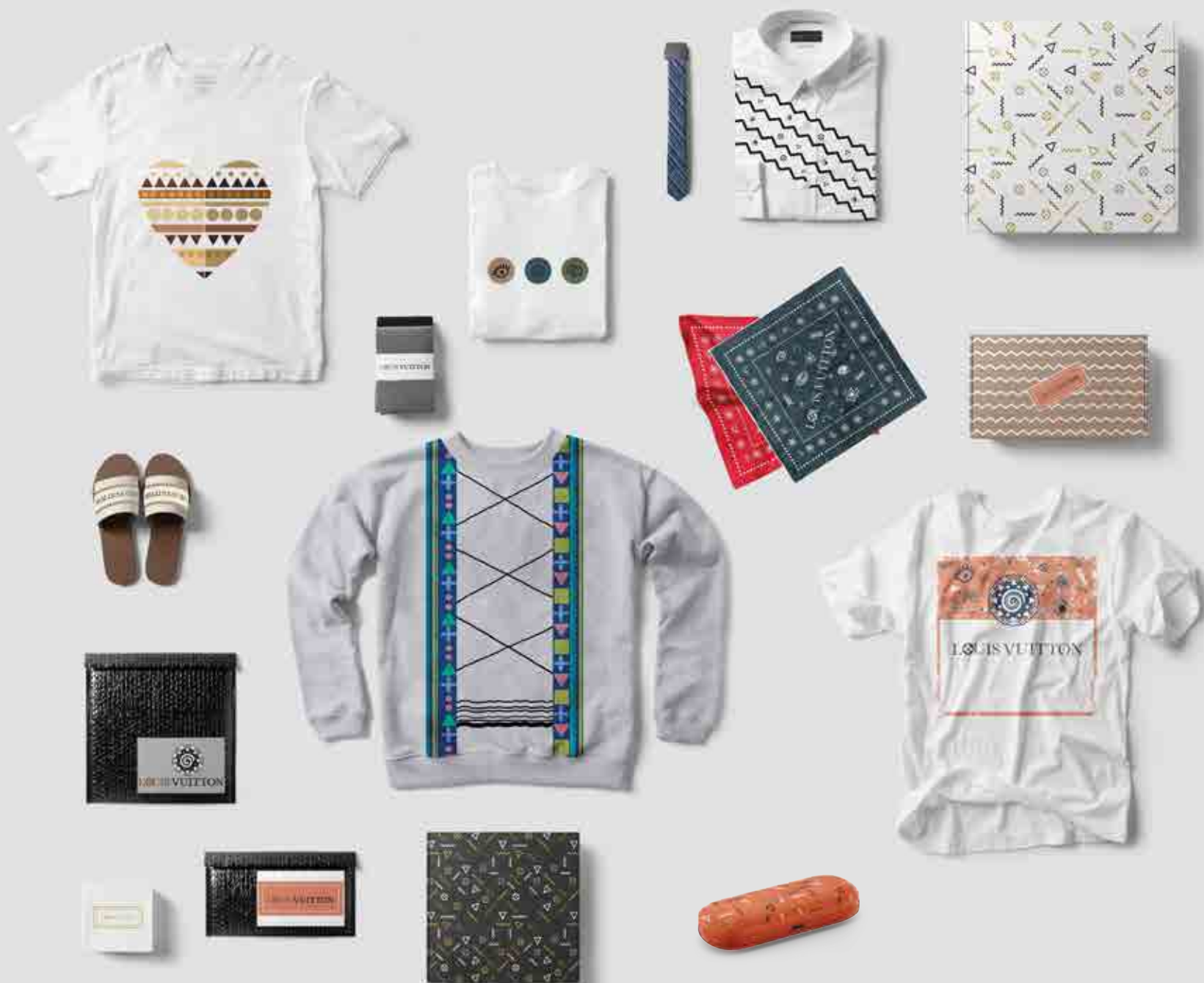




LOUIS VUITTON

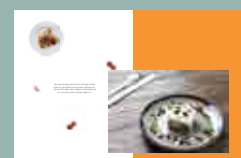
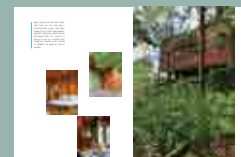
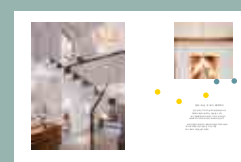
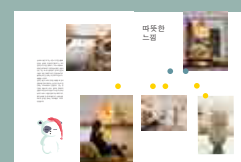
Louis Vuitton 은 오랜 전통을 가진 명품 브랜드로 이 고귀한 분위기를 현대로 끌어와 유도제작하였습니다. 다양한 전통패턴으로 어플리케이션을 나타내었습니다.





editorial

中国民宿이라는 네이밍에 맞게 중국 제일 유명한 숙박으로 여행지를 소개하고 싶어 이 책자를 제작하게 되었습니다. 숙박 주변에서 아름다운 풍경과 숙박 인테리어가 독특한 디자인을 소개 기준으로 잡았습니다.




MACARON & PRINCESS

디즈니공주 콜라보레이션 마카롱

라임맛




MACARON & PRINCESS

디즈니공주 콜라보레이션 마카롱

포도맛




MACARON & PRINCESS

디즈니공주 콜라보레이션 마카롱

코코넛맛



motion graphics

주제:
상해의 밤

장르:
mv/단편

음악:
Cooler Than Me

영상길이:
1:49

스타일:
Cyberpunk

줄거리:
상해의 아름다운 야경을 찍어
영상을 제작하였습니다.



Package

마카롱 3가지의 새로운 맛을 디즈니 공주와
콜라보레이션하여 패키지 디자인을 하였습니다.
디즈니랜드의 분위기와 클래식한 분
위기로 로고를 제작하였습니다.







editorial
PLANT OF PLACE (반려식물 사용설명서)

1인 가구가 증가함에 따라 반려 식물에 대한 관심이 높아지고 있다. 하지만 반려 식물을 어떤 종류를 키우기 좋을지, 관리는 어떻게 해주어야 하는지 어디서 키워야 하는지에 대한 정보를 쉽게 제공하고자 장소별로 분류하여 제작한 일러스트 설명 북이다.



◀advertising
이니스프리 화산송이 코팩

이니스프리 화산송이 코 팩의 강력한 블랙헤드 제거와 자극 없는 사용감의 장점을 극대화하여 나타난 광고이다. 과일 씨를 블랙헤드에 비유하여 "모두 사라졌다."라는 뜻의 "It's all done!" 카피를 적용하여 광고를 제작하였다



IKEA

자연친화적인 이미지를 모티브로 두고, 기존의 조립식 이미지와 함께 결합하여 새로운 아이덴티티로 부여하여 친환경 가구 브랜드 이케아로 리브랜딩 하였다.3가지의 다른 느낌의 나뭇잎 일러스트를 패턴으로 표현하여 이케아의 친환경적 이미지에 맞게 리디자인하였다.





package

PINOT GRIGIO 와인라벨 리디자인

이탈리아 베네토 포도밭에서 발견된 고대 문양의 타일을 모티브로 하였다. 고대 문양의 라벨을 패턴으로 활용하고 흙을 실사로 사용해 파문힌듯한 느낌을 주고 밝은 색감을 활용해 현대에 어울리는 느낌으로 리디자인 하였다





Made in Italy
from 100% Pinot Grigio grapes
VENETO

[illegible]

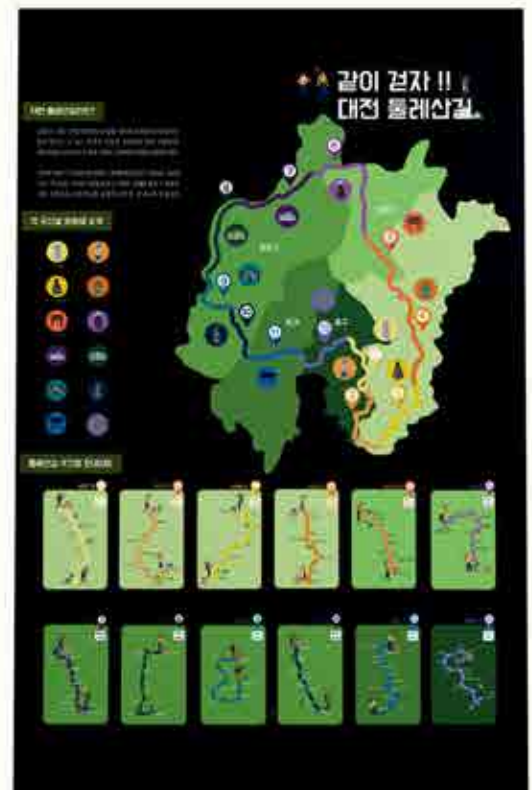
750 ml

같이 걸자!! 대전 둘레산길

주요 도로별 색상

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----

Below the map are 12 detailed inset maps showing specific route sections, numbered 1 through 12.



Advertising

네이버 웹툰 플랫폼 홍보 아트 포스터로 핸드폰을 통하여 만화 속 세계로 빠져든다는 내용을 담고 있다.



Fantasy in your life

Package

삼다온은 홍삼과 모든 좋은일들이 다 온다라는 의미를 가진 순 우리말 다온을 합쳐 디자인한 홍삼 젤리 패키지이다. 건강에 좋은 홍삼을 사용한 제품인 만큼 불로장생을 의미하는 십장생의 이미지를 넣어서 남녀노소 누구나 다가가기 쉬운 경쾌한 이미지의 일러스트를 넣어서 친근하게 다가가도록 했다.



Inside composition

각 일러스트의 색과 메인이 되는 동물은 다르지만 나란히 놓았을때 한 장의 그림처럼 연결되는 일러스트를 넣어 재미있는 요소를 만들었다.



Fedex는 미국의 운송업체로 전 세계적으로 유명한 택배회사 중 하나이다. 기존 로고는 딱딱한 이미지가 있었지만 곧 영문자인 X를 나비로 형상화하여 나비가 상징하는 기쁨과 행복, 변화와 나비처럼 빠르게 날아서 배달하겠다는 뜻을 담아서 가벼우면서도 부드러운 느낌을 느낄 수 있도록 리브랜딩 했다.

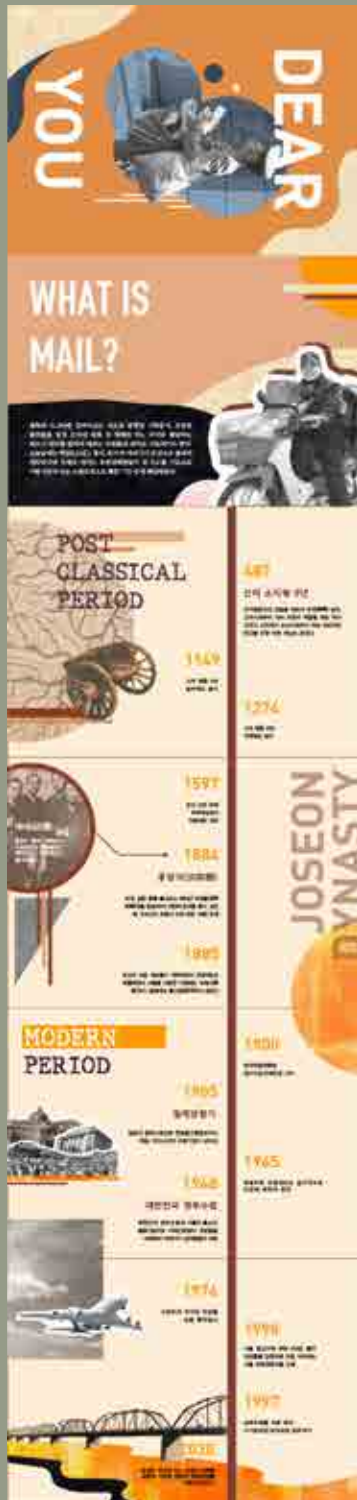






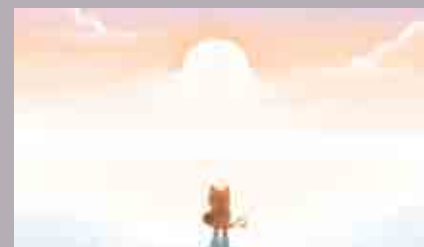
Editorial

우편에 관한 역사부터 창작물 속의 우편까지 색다르면서 재미있는 우편의 세계를 담은 편집 작품으로 리플렛은 우리나라와 세계의 우편의 역사를, 책자에는 창작물 속에서는 우편이 어떠한 방식으로 전달되며 각종에서 무슨 의미를 가졌는지를 분석한 내용을 편집 하였다.



Motion graphics

편지가 점차 사라지고 있는 세상에서 우편배달부 일을 하고 있는 고양이
가 한 어린 양의 부탁을 받고 먼 곳에 있는 어린 양의 친구에게 편지를 배
달하러간다는 내용의 단편 애니메이션이다.

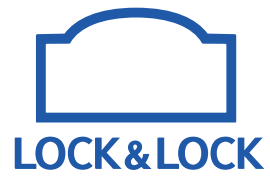


Advertising

락앤락의 대표 상품인 밀폐용기의 효과를 보여주기 위한 아트포스터 형식의 광고. 락앤락 '외부와 내부의 완벽한 분리'를 효과적으로 보여주기 위해 각각 소리와 물을 이용해 제작했다.







락앤락의 브랜드네임이 두 번의 잠금(lock)을 통해 완벽한 밀폐용기를 만든다는 뜻에서 착안해 결합된 형태를 이용했다. 또한 비비드한 컬러감을 사용해 주방에 어울리는 유쾌하면서 세련된 이미지를 부여하고자 했다.

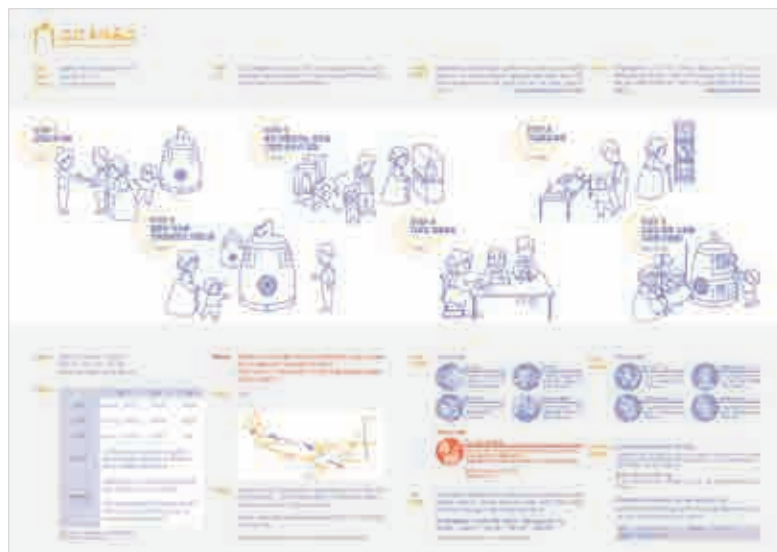




Package

영양제의 내용물에 따라 달라지는 긍정적인 효과를 근육, 불꽃, 반짝임 등을 이용해 각각의 일러스트와 컬러조합으로 나타내 디자인했다.





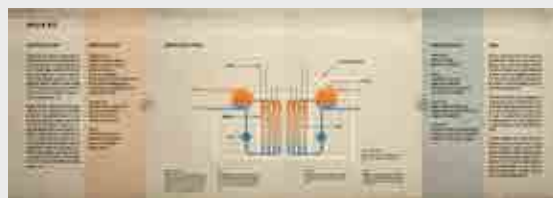
Editorial

박물관의 특별 체험기간
을 홍보함과 동시에 방문
시 곧바로 사용할 수 있
는 포스터형 브로슈어

Editorial

체르노빌 원전사고를 주제로 사고경위, 피해규모와 원전가동원리 등을 주제로 제작했다.

화제가 전환되는 중간중간 당시 상황과 분위기를 보여주는 이미지와 타이핑을 이용한 작업물을 삽입했다.





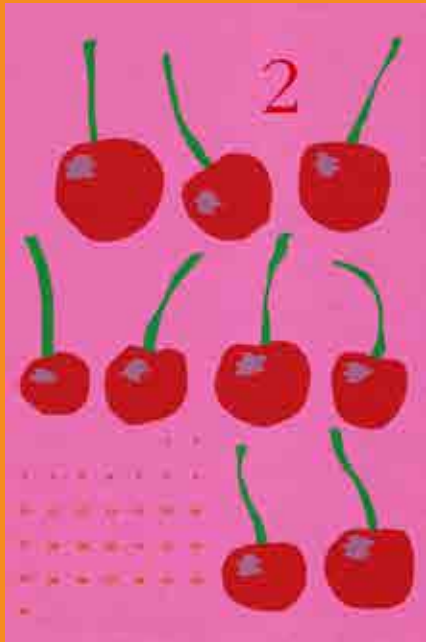
Package

다우니는 기존 경쟁사의 제품 대비 2배 농축된 혁신적인 포물라로 섬유유연제 시장에 처음 등장했습니다. 다우니 상품 중에서도 '초고농축', '향수보다 더 오래간다.' 등 이주가 되었던 퍼퓸 컬렉션의 진하고 풍부한 향에 대한 키워드에 주목하여 향이 액체처럼 퍼지고 진하다는 이미지를 마블의 다양한 곡선으로 표현해 작업했습니다.

Brand story

다우니는 1960년대 기존의 경쟁사 섬유유연제 제품 대비 2배 농축된 포물라의 혁신적인 섬유유연제로 미국 시장에 처음 등장하였습니다. 한국 시장에는 2012년 처음 진출하여 향수만큼 풍부하고 다양한 향을 앞세워 출시 6년 만에 국내 전체 섬유유연제 시장 점유율 1위 브랜드로 단기간에 성장했습니다.





Editorial

계절과 꽃을 주제로 다가오는
2021년의 캘린더를 작업했습니다.

Downy

perfume collection

An advertisement for Downy perfume collection. The background is a vibrant, abstract composition of swirling red and blue colors. In the upper left, the word "Downy" is written in a large, white, serif font, with "perfume collection" in a smaller, white, sans-serif font to its right. In the upper right corner, there is a small, white, circular logo. The central focus of the image is a woman's face, which is partially obscured by the swirling colors. Her eyes are closed, and her expression is serene. The lighting is soft, highlighting the contours of her face. At the bottom of the image, there is a line of white text that reads: "Our fabric conditioners soften, freshen and protect the clothes you love."

Downy

perfume collection



Downy conditioners soften, freshen and protect the clothes you love.

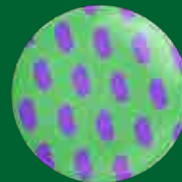
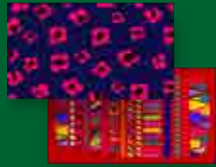
YANKEE
CANDLE

YANKEE
CANDLE

Brand identity

기존 양키캔들 브랜드의 클래식한 느낌과 정 반대로
양키캔들 캔들들의 다양한 바リエ이션과 캔들을 켜
올때의 분위기에서 영감을 얻어 캐주얼하고 밝은 분
위기의 패턴을 제작하여 브랜딩 했습니다.





Brand story

양키캔들의 설립자인 마이크 키트리지는 그의 나이 17살 때인 1969년 미국 동북부 메사추세츠주에 있는 작은 마을 디어필드의 부모님 집 지하실에서 처음 향초를 만들었습니다. 그가 향초를 만든단 사실을 안 사람들은 그가 만든 초를 사고 싶어 했다고 합니다. 그 후 가내 수공업으로 이어졌고, 즐거운 마음으로 향초를 제조하겠다는 신념을 갖게 되었습니다.



advertising

우주 배경에 빛으로 된 깔대기를 배치하여 카카오안에 다양한 사업들이 포함되어 있다는 것을 직접적으로 보여주고자 했습니다.

identity

기존의 경고문들은 위험성을 직접적으로 보여주고 사람들에게 공포심을 주는 방향으로 사고를 예방했다면, 나르시시즘은 해당 로고를 보고 사람들이 한번 더 생각하는 과정을 통해 향초의 위험성을 좀 더 오래 기억하고 되새길 수 있도록 디자인하였습니다.

나르시시즘

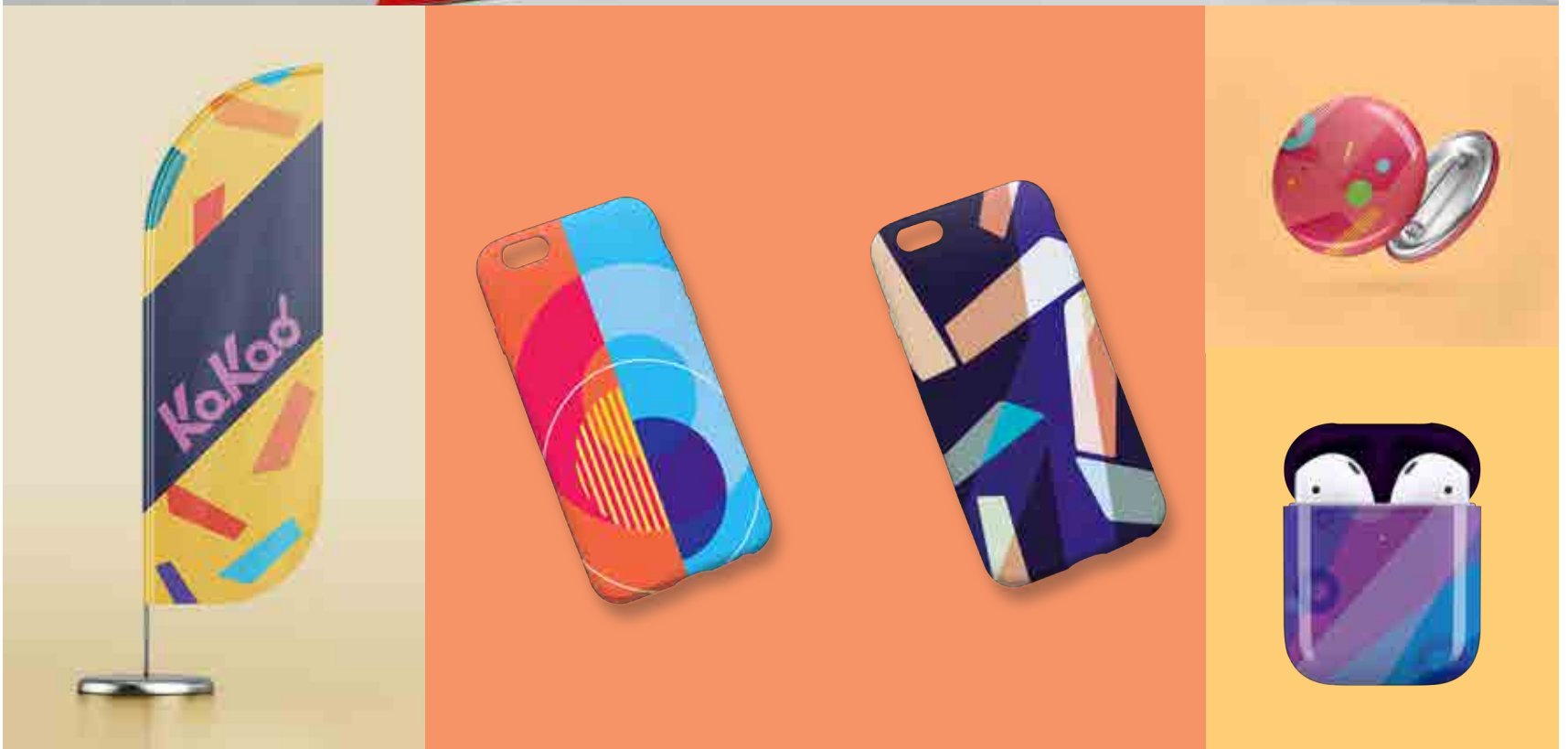
Applicatin



kakao → **KaKao**

brand identity

카카오는 새로운 연결을 통해 더 편리하고 즐거운 세상을 꿈꿉니다. 사람과 사람, 사람과 기술을 한층 더 가깝게 연결함으로써 세상을 어제보다 더 나은 곳으로 연결하기 위해 노력하고 있습니다. 이에 따라 카카오의 생동감과 연결을 표현하였습니다.







package

산의 청량한 느낌을 탄산수와 결합시켰다.

시원하면서도 탁 트인 느낌을 주고자 하였으며, 색상을 통해 맛을 표현하였다.



package

월E영화 속에서 월E와 이브의 감정교류의 매개체가 되는 보물들을 우주선의 풍경과 결합하여 우주 속 네온사인처럼 표현하였다.



The best way out ever





ADVERTISING

벗어나고 싶다는 생각이 절로 들게끔 하는 것들이 있습니다. 여름철 까맣게 타버린 피부와 유행하는 바이러스 같은 것들이죠. 위 포스터는 우리에게 익숙한 비상구 픽토그램을 이용해서 각 브랜드의 제품이 얼마나 '탈출'에 효과적인지 나타냈습니다.

UI / UX

가계부 작성은 반드시 필요한 일이지만 쉬운 일이 아니죠. 내 수입과 지출을 알아서 관리해 주는 어플이 있다면 얼마나 좋을까요, 라는 생각에서 제작된 앱 '고집사'는 여러분의 소비 패턴을 분석하고 가벼운 미니게임으로 가계부 작성에 더 재미있고 편리한 접근성을 제공합니다.



초록마을



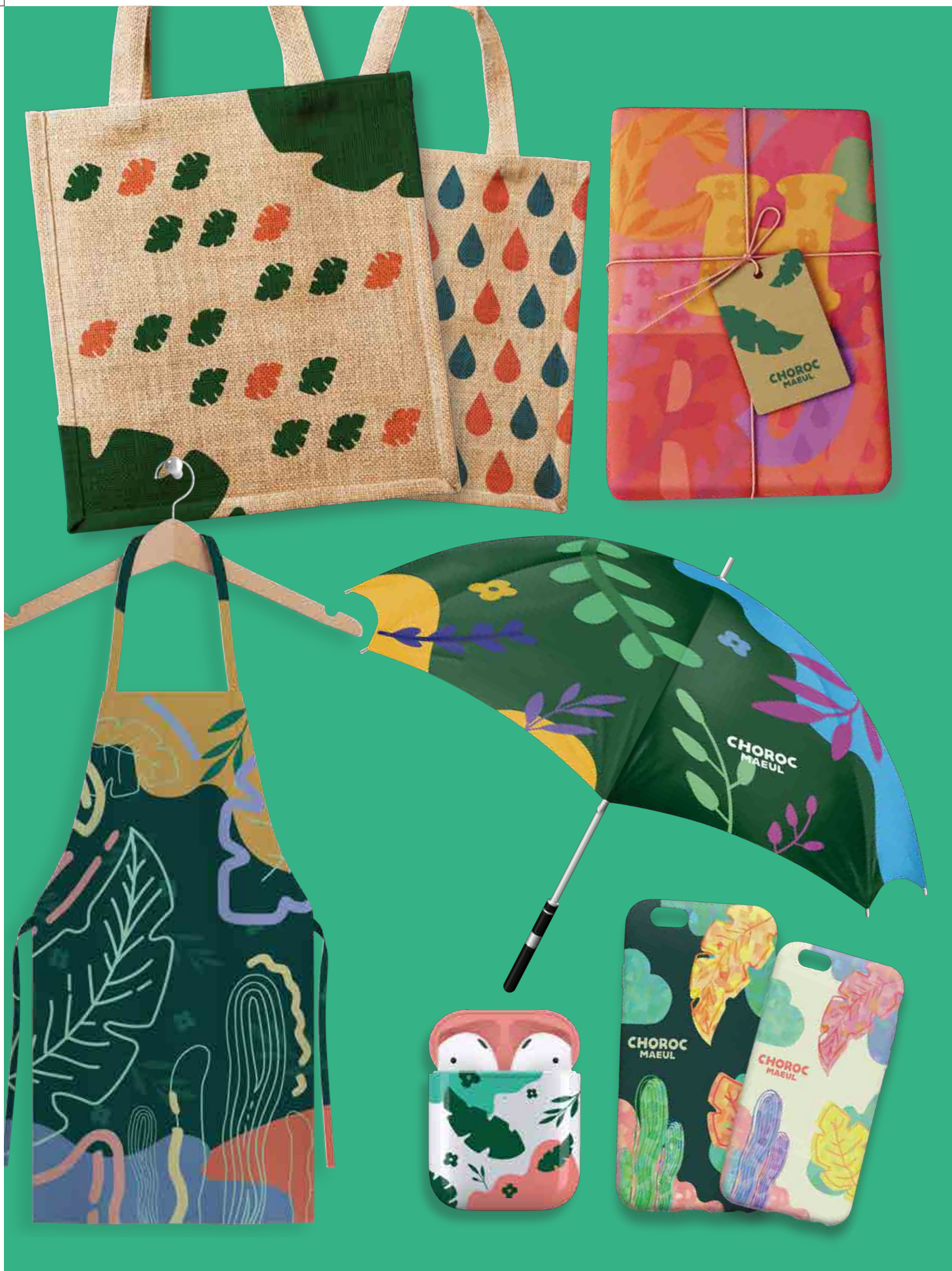
**CHOROC
MAEUL**



BRAND IDENTITY

모두의 오가닉 마켓, '초록마을'에 어서오세요.
자연이 우리에게 주는 생동감은 생각보다 가까이 있습니다.
소소한 풀잎 하나, 구름 한 점 이웃 삼는 것을 콘셉트로 정해
기존의 초록마을보다 친근하고 발랄하게 다가가고자합니다.







PACKAGE

성장기 어린이들에게 필요한 영양분을 섭취할 수 있도록 돕는 구미 형태의 멀티비타민 마이디노. 아이들이 좋아하는 공룡을 캐릭터로 내세워 말랑한 느낌의 일러스트로 구성하였습니다.



EDITORIAL

계절밥상은 각 절기와 그에 걸맞는 음식을 추천하며 음식과 절기에 얹힌 이야기를 담은 리플렛 시리즈입니다. 우리 고유의 옛 느낌의 맛을 살리기 위해 병풍 형태로 파트를 나누어 제작하였습니다.



kobaco



잘~먹었습니다?

당신도 모르게 사용하고 있는 한마디의 말은
당신을 여성 혐오자로 만듭니다.

advertising

여성을 속되게 '먹다' 라는 말이 자주 사용되고 있다. 이는 다만 사용 되는것에서 그치는 것이 아닌 단어사전에 등록되어 있는 여성의 성적 으로 비하하는 단어라는 것에 대한 부끄러움을 일러주고자 하였다.



advertising

창에 고인 빗물처럼 촉촉한 렌즈라는 내용의 광고.



brand identity

기존의 레드와 블루로 전형적인 마트를 나타내는 색상과 창고형이라는 딱딱하고 정적인 느낌을 벗어나고자 그치지않고 쇼핑의 즐거움에 대한 이야기를 하고자 동적임과 리듬감을 주어 더 모던하고도 힘있게 만들었다.







editorial

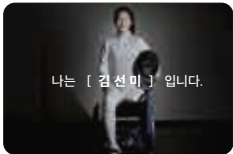
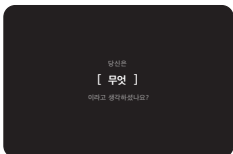
모든것의 기본이 되는 색에대한 이야기를 담은 컬러아트북이다. 색의 계열별로 주변색과 함께 정리했으며 하나의 컬러마다 이름이 붙게된 계기와 재료, 색에대한 설명을 담았다.



package

한국의 전통과자인 약과는 현재 명절에서나마 조금씩 찾아볼수 있다.패키지에 전통문양과 탈을 새겨 생김새부터 관심이 가게 만들었고 이를통해 아이들과 어른 모두 시중에 판매되는 과자들도 좋지만 전통 과자에 한번 눈길이 갈수 있도록 하고자 하였다.



< VIDEO >	< AUDIO >	< VIDEO >	< AUDIO >
함께 어울려 노는 친구들을 바라보는 하반신 마비 장애인  나는 [] 입니다.		 나는 [김지환] 입니다.	
참담한 표정의 휠체어를 탄 남자  나는 [] 입니다.		 나는 [고정욱] 입니다.	
지팡이에 의지한 채 혼자 걷고있는 시각장애인  나는 [] 입니다.		 나는 [김선민] 입니다.	
지팡이와 다리 클로즈업  나는 [] 입니다.		 NA> 다르게 보지않고 바르게 봐주세요	
 당신은 [무엇] 이라고 생각하고 생각하십니까?	NA> 당신은 [무엇] 이라고 생각하십니까?	 NA> 공익광고 협의회	

advertising

장애를 가진 사람들을 장애인으로서의 동정의 시선이 아닌, 그 전에 다를것 없는 한명으로써의 인정으로 바르게 보자는 메시지를 담았다.



motion graphics

영화 아메리칸 셰프를 보고 영감을 받아 요리하는 모션을 재미있게 영상으로 녹여냈다.



수상경력 및 모집 요강

수상리스트

2018~2020

목원대학교 시각디자인학과 학생들의 노력으로 만들어진 작품에 대한 결과입니다.

2018	2018 대한민국 패키지 디자인 공모전 은상/패키지기술상/입선		2019 팜 터지고 편한 농업 농촌 영상 공모전 장려상
	2018 아시아대학생 패키지 공모전 <ASPAC> FINE WORK/MERIT		2019 4회 청도 새마을 ucc 우수상
	DMZ Art & Design 전국 대학생 공모전 입선		2019 대전 테마 영상 공모전 우수상/장려상
2019	2019 대한민국 패키지 디자인 공모전 대상/동상/패키지기술상/특선/입선	2020	2020 제3회 한국가스공사 홍보콘텐츠 공모전 대상
	2019 부산국제광고제 은상/파이널리스트		2020 도움 로고 브랜드 영상 공모전 인기상
	2019 국가상징 디자인 공모전 교육부 장관상/대한상공회의소 회장상		365해양경찰 단편영화제 은상 (해양경찰청장상)
	2019 아시아대학생 패키지 디자인 공모전 <ASPAC> 동상/MERIT		국제 디자인 트렌드 대전 동상/장려상/특선/입선
	2019 수소에너지 바로알기공모전 산업부 장관상/ 대상		2020 대한민국 성평등 포럼 장려상
	2019 어울 친환경 제품 아이디어 공모전 특별상		2020 성남 여성의전화 제5회 동영상공모전 장려상
	2019 이상복경주쌍 캐릭터공모전 3등		2020 대전광역시 미술 대전 우수상/특선
	롭스 브랜드디자인 공모전 우수상		2020 성평등 디자인 공모전 가작



제3회 한국가스공사 홍보 콘텐츠 공모전 대상



365 해양경찰 단편 영화제 은상 (해양경찰청장상)



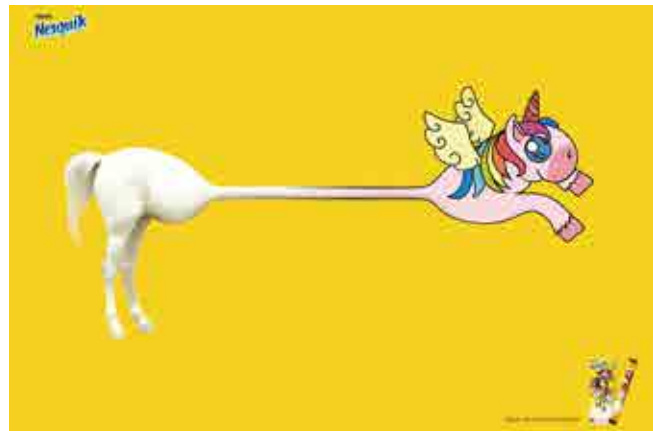
2019 국가상징 디자인 공모전 교육부 장관상



2019 국가상징 디자인 공모전 대한상공회의소 회장상



2019 대한민국 패키지 디자인 공모전 대상
2019 아시아 대학생 패키지 디자인 공모전<ASPAC> 동상



2019 부산국제광고제 은상

수상리스트

2018~2020

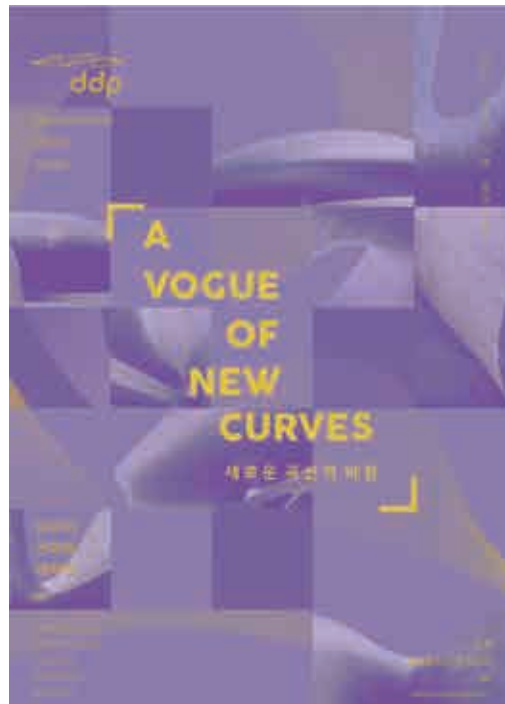
목원대학교 시각디자인학과 학생들의 노력으로 만들어진 작품에 대한 결과입니다.



2019 수소에너지 바로 알기 공모전 산업부장관상/대상



2019 여울 친환경 제품 아이디어 공모전 우수상



2020 국제 디자인 트렌드 대전 동상



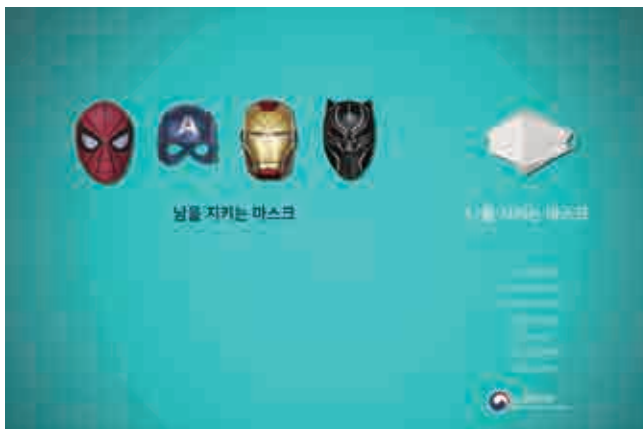
2020 대전광역시 미술 대전 특선



2018 대한민국 패키지 디자인 공모전 은상



2019 룩스 브랜드 디자인 공모전 우수상



2020 대전광역시 미술 대전 우수상



2019 팜 터지고 편한 농업 농촌 영상 공모전 장려상



2020 대한민국 성평등 포럼 장려상



2019 대전 테마 영상 공모전 우수상

커리큘럼

Curriculum

1학년 FRESH MAN

발상과 표현 PLANNING & EXPRESSION	시각 입체 조형 VISUAL 3D DESIGN	시각 평면 조형 VISUAL 2D DESIGN	컴퓨터 그래픽 COMPUTER GRAPHIC	디자인론 DESIGN THEORY
디자인의 기본인 주제의 선정부터 디자인의 전개에서 결과까지의 과정을 습득하게 함으로써 디자인으로서 갖추어야 할 발상 능력과 창의력개발을 함양한다.	조형교육은 예민한 관찰력을 길러, 용구와 기능적특징을 이해하게 하고, 그것을 효과적으로 사용하는 힘을 길러주며 양식이나 방법에 구애됨이 없이 표현의 범위를 넓혀 독창적이고 다각적인 객체화 작업을 할수 있도록 하는데 그 목적을 둔다.	평면디자인의 기본 요소와 원칙 등을 이해하고 습득하여 다양하고 풍부한 표현방법을 통해 앞으로 각자 창조적 디자인작업에 효과적으로 적용할 수 있도록 하는데 목적을 둔다.	컴퓨터 사용방법 및 하드웨어, 소프트웨어에 대한 개념을 이해하고 실제로 컴퓨터 시스템을 이용하여 각 전공에 필요한 2차원적인 작도와 그래픽 표현 등을 연습시킨다.	사회문화 차원에서 디자인을 바라보고 시각디자인이 우리의 문화생활에 미치는 영향을 알아본다. 디자인의 관련 이론과 변천과정을 통해서 커뮤니케이션의 수단이 되는 디자인의 개념과 의미를 알게 하는데 목적이 있다.

2학년 SOPHOMORE

디지털 이미지 디자인 DIGITAL IMAGE DESIGN	편집 디자인 EDITING DESIGN	시각 기초 디자인 BASIC VISUAL DESIGN	일러스트레이션 ILLUSTRATION
직관적인 아이디어 발상 능력과 그에 따른 다양한 표현 방법 및 표현 능력을 키움으로서 창의적으로 디자인 문제를 해결할 수 있도록 하며, 이를 위해 구체적인 사례와 실험적 과제를 통해서 독창적인 시각적 사고 능력을 갖도록 한다.	편집디자인의 조형적 효과와 복합적인 인쇄물 구성 요소와 활자를 심리적 접촉효과를 고려하면서 활자의 시선 유도를 도모하고 정보전달의 목적을 달성하기 위하여 인쇄기술에 대한 이해가 필요하여 여러 이론을 바탕으로 실제 컴퓨터를 이용한 제작을 통해 편집디자인의 이해를 깊고자 한다.	다양한 시각 아이টে을 통하여 기본적으로 필요한 컨셉(Concept)추출능력과 이를 시각언어로 표현하는 다양한 방법을 시도하여 봄으로서 크리에이티브한 시각디자인 제작능력을 키운다.	디자인에 있어서 일러스트레이션의 이론적 고찰, 묘사를 통한 능력배양, 실험작업을 통한 재료의 특성과 효과 파악, 능력을 갖춘 수 있도록 하며, 다른 디자인과 연계할 수 있게 하는 데 목적이 있다.
캐릭터 디자인 CHARACTER DESIGN	타이포그래피 TYPOGRAPHY	색채 디자인 COLOR DESIGN	디지털 포토 DIGITAL PHOTO
사물의 형상을 의인화하고 친근감 있고 개성있게 표현하는 상상력을 키우고, 대상의 특징을 파악해 이를 양식화하고 다양한 응용동작을 디자인 하는 능력을 기른다.	시각전달 수단으로서의 레터링에 대한 중요성의 인식과 기본적 표현방법을 익히면 한글, 한문, 영문등의 특징과 원리를 비교 분석하여 보다 합리적이고 과학적인 글자 디자인 방법을 모색한다.	색채에 대한 기본적인 원리와 색채감각을 익히고 실제적인 색채 디자인을 통해서 커뮤니케이션으로 서의 중요한 수단이 되고있는 색채의 표현능력을 키운다.	시각전달 디자인의 요소로서 디지털 사진의 표현성을 중심으로 기량을 함양하며, 디지털 카메라의 촬영기법과 관련 소프트웨어 운용 능력을 키운다.

3학년 JUNIOR

광고 디자인 ADVERTISEMENT DESIGN	포장 디자인 PACKAGE DESIGN	시각 커뮤니케이션 VISUAL COMMUNICATION	편집 디자인 EDITING DESIGN
광고디자인의 기초이론 및 광고전량을 수집하는 방법 등 커뮤니케이션 이론을 습득하고 기업의 서비스 및 상품의 판매촉진을 위한 다양한 매체의 광고 제작의 방법과 기법을 실습 함으로써 광고디자이너를 넘어 크리에이터로서 광고제작 능력을 키운다.	포장디자인에 대해서 공통 및 개별 아이টে을 부여하고 이를 실제 연구 제작하고, 포장디자인의 특징을 알고 현대 신입사회가 요구하는 포장디자인의 제작 능력을 키우도록 한다.	사회 문화적 맥락에서 시각을 통해 커뮤니케이션되는 시각디자인의 역할과 현황에 대해 알아보고 문제제기를 통해 스스로 주제에 가장 적합한 아이디어와 제작기법, 하드웨어, 소프트웨어 활용 등의 종합적인 디자인 능력을 키운다.	편집 디자인의 조형적 효과의 목적인 인쇄물 구성 요소와 활자의 심리적 접촉효과를 고려 하면서 활자의 시선유도를 도모하고 정보전달의 목적을 달성하기 위하여 인쇄기술에 대한 이해가 필요하여 여러 이론을 바탕으로 실제 컴퓨터를 이용한 제작을 통해 편집 디자인의 이해를 깊고자 한다.
모션 그래픽 MOTION GRAPHIC	아이덴티티 디자인 IDENTITY DESIGN	영상 디자인 MOVING IMAGE EDITING	
그래픽 디자인의 구성 요소를 필요에 맞는 3D입체로 만들어 표현하는 능력과 환경 그래픽등 구체적으로 실질적인 주제를 창의적으로 수행할 수 있는 3D 그래픽 기량을 키운다.	C.I.P는 기업의 마케팅 지향적인 상황에 대응하기 위한 기업전략의 하나로 기업이미지를 보다 포괄적으로 기업문화에 기여 할 수 있도록 체계적인 프로세스와 디자인 방법을 터득하도록 한다.	실습을 통하여 영상광고의 모니터링부터 스토리보드 작성에 이르기까지의 과정에 TV타이틀의 디자인에 대해 새롭게 독창적인 아이디어를 탐색하도록 한다.	

4학년 SENIOR

포장 디자인 PACKAGE DESIGN	디자인 경영 DESIGN MANAGEMENT	시각 프레젠테이션 VISUAL PRESENTATION	광고 디자인 ADVERTISEMENT DESIGN
현대에 있어 그 중요도가 더해가고 있는 포장디자인에 대해서 공통 및 개별 아이টে을 부여하고 이를 실제 연구 제작하고, 서로 비교 발표 해 봄으로써 포장 디자인의 특성을 알고 현대 산업사회가 요구하는 포장디자인의 자작 능력을 키우도록 한다.	디자인 매니지먼트를 위한 마케팅의 원리를 파악하고 디자인이 단순히 미적 추구만을 위한 작업이 아닌 경영전략의 한 요소로서 중요한 역할을 한다는 것을 알도록 한다. 특히 소비자의 라이프 사이클, 라이프 스타일 등의 분석을 통해 실질적인 디자이너의 능력을 향상시킨다.	디자인 조사 분석을 토대로 나온 시각디자인 결과물에 대한 논리적이고 분석적인 클라이언트 설득능력을 키우며, 프로 디자이너로서의 매너, 용어 사용, 발표능력 등을 배양시켜 전문적인 프로 디자이너로서의 역량을 키운다.	광고디자인의 기초이론 및 광고전략을 수립하는 방법 등 커뮤니케이션 이론을 습득하고 기업의 서비스 및 상품의 판매촉진을 위한 다양한 매체의 광고제작 방법과 기법을 실습 함으로써 광고디자이너를 넘어 크리에이티브로서의 광고제작능력을 키운다.
시각 개별연구 INDIVISUAL PRESENTATION	디자인 비즈니스 DESIGN BUSINESS	영상 편집 MOVING IMAGE EDITING	포트폴리오 THEOFY OF VISUAL DESIGN
개별 아이টে을 선정하고 이를 각자 연구, 제작, 발표함으로써 다양한 디자인 프로젝트 해결 능력을 키운다.	디자인 비즈니스에 대한 개념과 기획력 및 리서치 프레젠테이션 기법 등을 통해 프로 디자이너로서의 실무적용 능력을 키운다.	실습을 통하여 영상광고의 모니터링부터 스토리보드 작성에 이르기까지의 과정을 TV타이틀 디자인에 대해 새롭게 독창적인 아이디어를 탐색하도록 한다.	제작 결과물을 효율적으로 제시하고 평가받기 위해서 그동안의 결과물들을 취합, 보완, 정리하고 포트폴리오의 구성 및 제작방법, 자신의 장점을 표현할 수 있는 방법을 찾아 이를 완성한다.

모집요강

Prospect us

정시모집

대학	학과		모집인원	과제	배점	시간	성적반영비율(%)	준비물	출제형식
미술디자인대학	미술학부	한국화 전공	7	소묘, 수묵담채화, 정물수채화, 사고의 전환(5시간) 중 택1	60% (300)	4시간 (5시간)	학생부20% 수능 20% 실기 60%	* 자유표현 드로잉, 페인팅, 골라쥬, 포토몽타주 등을 위한 재료와 도구 일체 * 소묘나 전공시험을 위한 도구 일체 * 스토리만화, 상황	* 소묘(석고): 아그리파환, 비너스환, 줄리앙환 중 시험당일 1개를 선정하여 출제 * 수묵담채화: 자연물, 기물, 건어류중 지정 * 정물수채화 자연물, 직물류,기물, 유리제품,플라스틱, 종이류, 문구류, 식품류 중 지정 * 소조:인물소조 (주제,모델) * 물레성형: 청자토(물레성형)
		서양화 전공	7	소묘, 정물수채화, 발상과 표현 중 택1					
		기독교미술 전공	7	정물수채화, 자유표현, 발상과 표현, 사고의 전환(5시간) 중 택1					
	조소과		9	소묘, 모델인물두상, 주제인물두상 중 택1	50% (250)		학생부20% 수능 30% 실기 50%	(혼합사용가능) 단, 마카사용불가 *소묘, 정물수채화는 이젤, 화판 지급 *수묵담채화는 화	
	만화애니메이션과		21	스토리 만화, 상황묘사 중 택1					
	산업디자인학과		23	소묘, 정물수채화, 발상과 표현, 기초디자인, 사고의 전환(5시간) 중 택1	60% (300)		수능 40% 실기 60%	판지급 *물레성형을 위한 도구일체	
	시각디자인학과		21						
	섬유패션디자인학과		20						
	도자디자인학과		10	소묘, 정물수채화, 발상과 표현, 기초디자인, 물레성형, 사고의 전환(5시간) 중 택1					
사범대학	미술교육과		9	소묘, 수묵담채화, 정물수채화, 발상과 표현, 모델인물두상, 주제인물두상, 스토리 만화, 사고의 전환(5시간) 중 택1	40% (200)		학생부 20% 수능 30% 실기 40% 면접 10%		

성적반영교과

국어, 외국어(영어), 수학, 사회, 과학 교과 중 교과별 1과목씩 이수단위가 높은 4개의 과목을 반영함.

교내장학금

우수신입생장학금
실기우수장학금
보훈장학금(교내)
토익우수장학금
체육특기장학금
입학사정관장학금
훈민정음장학금
학부(과)수석장학금
학년수석장학금
성적우수장학금
다자녀가정장학금
교육자녀장학금
총장격려장학금
임원장학금
공로장학금
학군단장학금
사회봉사장학금

성적향상장학금
성적우수장학금(신학특성)
전공실기장학금
해외연수장학금
장학사정관장학금
학업보조장학금
교직원복지장학금
교역자녀장학금
목원곰두리장학금
목원가족장학금
재해장학금
채플봉사장학금
목원사회봉사단장학금
근로장학금
복지장학금
마일리지장학금

교외장학금

국가장학금I유형
국가장학금II유형
국가장학금II유형(지방인제)
국가우수장학금(인문사회계)
국가우수장학금(이공계)
국가장학금(희망사다리)
국가근로(멘토링 및 지식봉사)
장애도우미장학금
국가근로장학금
보훈장학금(국고)
지자체(시·군·구)장학금
사범대기탁장학금
KT&G장학금
KT장학금
생명보험사회공헌장학금
채기현기탁장학금
삼송장학회장학금
백운장학금
신학대학기탁장학금

의용소방대자녀장학금
해군본부장학금
사랑드림장학금
한국지도자육성장학재단장학금
아산사회복지재단장학금
정수장학금
KRA농어촌의망장학금
윤송조창석문화재단장학금
흥인문화재단장학금
일산장학회장학금
DS봉사회장학금
외환은행한은장학금
영문학과기탁장학금
교회기탁장학금
평택당진항만장학금
미술대학기탁장학금
장원동문화장학금
학과지정장학금