

목원대학교 시각디자인학과
제 39회 졸업전시회

Mokwon University Graduation Exhibition 2019

Design
Prism
of

2019. 10. 11. - 13.
서울 종로구 연건동 128-8 홍익대 대학로 아트센터
Opening
2019. 10. 11. Fri 6:00pm

**Congratulatory
Message
About Graduation Exhibition**



맑고 선선한 가을, 지난 4년간의 노력의 결실을 맺게 되는 시각디자인학과 '제 39회 졸업작품전'을 진심으로 축하드립니다. 그동안 졸업전시회를 위해서 우리 학생들이 보여준 뜨거운 열정과 땀방울들은 졸업 후 여러분들의 앞날에 큰 밑거름이 되리라 확신합니다. 또한 여러분들의 뛰어난 감각과 활발한 디자인 활동들로 우리 목원대학교를 빛내는 디자이너가 되길 기원합니다. 이번 전시회를 발판으로 삼아 뛰어난 감각을 더욱 풍부하게 키워나감과 동시에, 사회인으로서 성장하게 되는 기회가 되길 바랍니다. 끝으로, 졸업전시회를 준비하느라 밤낮으로 고생하였을 학생들과 졸업전시회를 마치기까지의 모든 과정을 뜨거운 열정으로 이끌어주신 교수님들, 정성과 사랑으로 응원해주신 부모님들께 감사의 말씀을 전합니다. 다시 한번 시각디자인학과 '제 39회 졸업작품전'을 축하드립니다.

2019년 10월 11일
목원대학교 총장 권혁대



결실의 풍요로움이 가득한 이 계절에 지난 4년간의 배움과 노력의 성과들이 차고 넘치는 시각디자인학과 39회 졸업작품전을 미술·디자인대학 구성원 모두가 함께 축하를 드립니다. 졸업 작품전시는 대학생활의 소중한 성과이자 또 다른 출발을 의미하는 작품전입니다. 이제 여러분은 풍부한 예술재능과 축적된 지식을 기반으로 우리사회가 요구하는 우수한 전문인이 되어 시각디자인분야를 선도하는 중심에서 활동하는 주인공이기에 더 큰 성장을 기대하면서 여러분의 미래가 무한의 가능성으로 펼쳐지기를 기도합니다. 우수한 작품제작을 위해 늘 학생들과 함께 동행해주시는 임현빈 학과장님과 소속 교수님, 그리고 언제나 한결같은 마음으로 사랑의 시선이 가득하신 학부모님께도 깊은 감사를 드립니다.

2019년 10월 11일
미술·디자인대학 학장 정황래



다매체 멀티미디어 시대의 커뮤니케이션 수단의 기본은 감각적 비주얼 창조에 달려있다고 봅니다. 이제 우리 시각디자인학과 45명 학생들은 4년간의 디자인 교육과 크리에이티브한 감각을 연마하여 졸업작품이라는 결실을 맺게 되었습니다. 그동안 작품을 기획하느라 쏟은 아이디어와 작품을 완성하느라 흘린 땀방울은 창조적 열망과 디자인적 감각으로 승화되어 여러분 앞에 펼쳐지는 무한한 가능성의 세계를 향해 발광할 것 입니다. 그동안 학생들 뒷바라지에 고생이 많으신 학부모님, 졸전 준비위원장을 비롯하여 편집위원 및 기획, 홍보 위원들에게 깊은 감사를 드리며 다시 한번 39회 시각디자인학과 졸업전시회를 진심으로 축하드립니다.

2019년 10월 11일
시각디자인학과 학과장 임현빈

시각디자인학과 연혁

History of Visual Communication Design

1950-1980

1954 목원대학교창립

1978 산업미술학과 개설

대전 충청지역에서 최초개설, 40명 정원을 10명씩 4개전공 으로 나누어 소수정예 교육 실시(1명 전공 단위체제) 전공별 실습 시설 완비

1980

1980 전공별 그룹전 개최

시각디자인 전공재학생 '뽕' 그래픽 디자인 창립전을 시작으로 36회 이어져 내려 온 전통있는 전시회로 발돋움

1986 전공별 모집실시

학교 단위 모집에서 전공단위 모집으로 특색있는 전공심화 실시

1990

1993 미술대학제

종합대학교 체제로 전환하면서 중부권 유일한 미술대학(단과대학) 체제 확립, 음악대학과 더불어 중부권을 대표하는 예술 분야로 특성화

1994 1차 정원 조정

산업미술과 60명으로 증원

1997 2차 정원 조정

디자인학부로 변경

산업미술과 80명으로 증원 학부체제로의 변환에 따라 디자인 학부로 학과명을 변경하여 전공의 특색있는 내실화를 위해 전공별 모집을 유지

1999 캠퍼스 이전

목동 캠퍼스 → 유성캠퍼스(첨단인터넷, 통신망구축) 충분한연구실습 공간확충(전공별, 학과별, 전용실기실확보) 각종특수시설확충(멀티미디어강의실, 컴퓨터실-MAC, 컴퓨터실-PC, 디지털포토 스튜디오)



2000

2001 3차 정원 조정
디자인학부 130명으로 증원

2002 디자인학부
우수대학선정/전공명칭 변경
한국대학교육협의회
2001학문부문평가
디자인학부 우수대학 선정
시각디자인 → 시각디자인 (40명)

2003 4차 정원 조정
디자인학부 150명으로 증원

2004 누리사업 선정
NURI 사업 선정으로 150억원 지원
(교육인적자원부)

2006 임현빈 목원대학교수 취임

2009 미술대학 건물 증설
미술대학본관 건물 4층에서 5층
으로 증설
시각디자인 전공 → 시각디자인학과

2010

2010 이종우 미대학장 취임
디자인계열 30주년 연합
졸업 전시회

2018 임현빈 학생처장 취임
디자인 경진대회 전시회

2019

2019 제 3회 시각디자인학과 졸업전시회
2019 제 40회 뽀 전시회

제 39회 졸업전시회 소개
About Graduation Exhibition



PRISM OF

CONCEPT

목원대학교 시각디자인학과는 광고, 패키지, 브랜딩, 영상, 편집, UX/UI 등 디자인의 다양한 분야에서 각기다른 다양한 컬러의 프리즘 속성처럼 45명의 여러작품의 빛을 발한다는 의미로 'Prism of' 라는 컨셉으로 전시하게 되었다.

시각디자인학과 교수진

명예교수	오정길	시각디자인
전임교수	이종우	포장디자인, 시각입체조형
	임현빈	광고디자인, 시각기초디자인
	정진영	포장디자인, 시각개별연구
	박유선	시각커뮤니케이션, 색채디자인, 타이포그래피
겸임교수	이강준	디자인비즈니스, 디자인마케팅
	강승연	시각평면조형

외래교수	김성미	편집디자인
	백승재	모션그래픽, 컴퓨터그래픽
	배재호	아이덴티티디자인
	이강이	디지털미디어디자인
	김민석	광고디자인
	이혜수	발상과디자인
	정혜인	일러스트레이션
	최기남	디지털포토
	나정조	영상디자인

졸업준비위원회

졸업전시위원장

김혜준

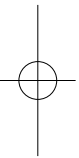
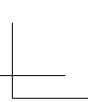
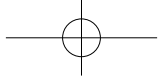
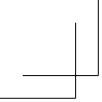
부위원장

고수정

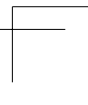
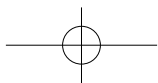
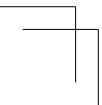
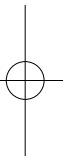
편집	홍보	기획
이엘닷	강애란	김소희
임선주	유권옥	나혜추
윤지오	유지운	박유정
	유현정	조선우
		진호경

졸업전시 지도교수

이종우 / 임현빈 / 정진영 / 박유선
김성미 / 나정조



졸업작품
GRADUATION EXHIBITION





김혜준
Kim hye jun
010.4045.2789
ovohut+s@gmail.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics



advertising
컬러제이 헤어팩 라이트옴브레

빛에 따라 달라보이는 자연스러운 투톤 컬러가 특징인 제품의 효과를 시시때때로
색이 달라지는 자연경관, 오토라와 사막에 빚대어 제 시각적으로 보여준다.



SOOP

Put the color of nature!





package
BOUNCE SHOT 바운스샷

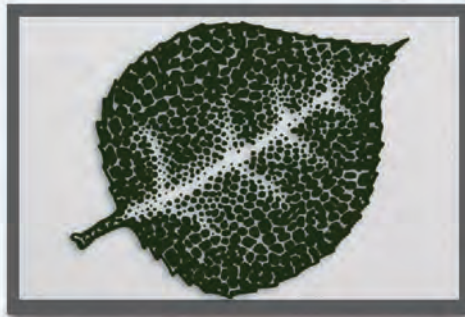
에너지 드링크라는 제품 특성에 맞춰 명랑하고 활기찬, 캐주얼함을 메인 분위기로 선정하고 움직임, 운동과 바로 연결되는 이미지로 구기종목의 스포츠 필드에 있는 기하학적 구성과 선재를 활용한다. 비비드 톤의 컬러를 메인으로 사용하고 보색 대비를 통해 밝고 강렬하며 적극적인 이미지를 준다.



motion graphics
영화 '이터널 선샤인' 타이틀시퀀스

영화 '이터널 선샤인'의 메인 주인공들의 이야기를 여정과 같이 흐름을 정리하여 구성하고 영화의 내용과 같이 로맨스 영화지만 마냥 밝지 않은 내용을 빈티지 톤의 무드로 표현한다





JAJU^{eye}

brand identity

자주아이_ 자연주의, 자주를 눈(eye)로 직접 마주하다.
식물에서 볼 수 있는 선과 점의 요소를 관찰하고 이용해 패턴화 한다.
라이프 스타일 브랜드에 어울리는 일정한 톤 앤 무드를 가지고 적용한다





임 선 주
 Lim sun ju
 010.2526.3224
 tjswndi934@naver.com

advertising
 package

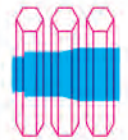
editorial
 brand identity

motion graphic

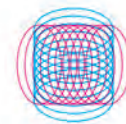


MONAMI PERSONA _ brand identity

모나미 퍼소나는 153 DIY PEN KIT 제품을 가져와 여러 가지 색상과 볼펜의 특징을 기하학적이고 단순화 시킨 패턴으로 나타냈고 여러 모습의 도형으로 나타낸 볼펜의 숨은 모습의 면들을 보여주고자 하였다.

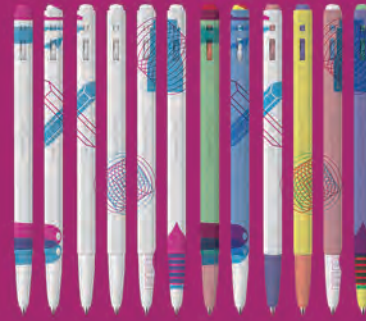
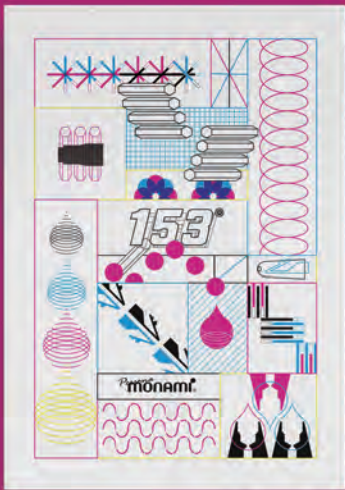


153
 DIY PENKIT



153 DIY PEN KIT를 이용하는 이들에게 또다른 153의 다양한 매력과 153을 통해 자신의 모습과 개성을 자신있게 표현하였으면 하는 바람이다.





153

DIY PENKIT

MONAMI PERSONA_package

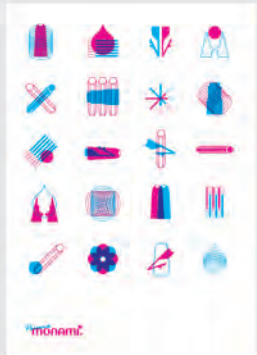
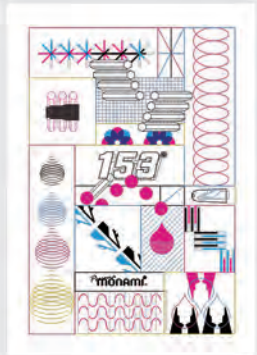
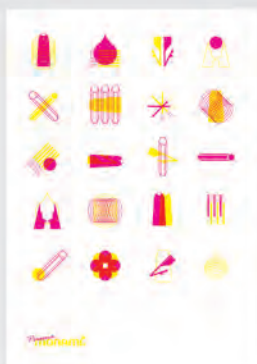
153 DIY PEN KIT의 특징인 육각기둥 모양의 상자에
모나미 퍼소나만의 패턴을 활용하여 만든 패키지 디자인이다.





Hello my name is _ motion graphics

스파이더맨 뉴 유니버스 안에서 나오는 여섯명의 스파이더맨들의 움직임을 로토스코핑을 활용하여 스티커위에 움직이는 것 처럼 제작하였다.



MONAMI PERSONA_ art poster

153 불판의 특징을 보여주면서 모나미 퍼소나의 패턴을 활용하여 만든 그래픽 아트 포스터.

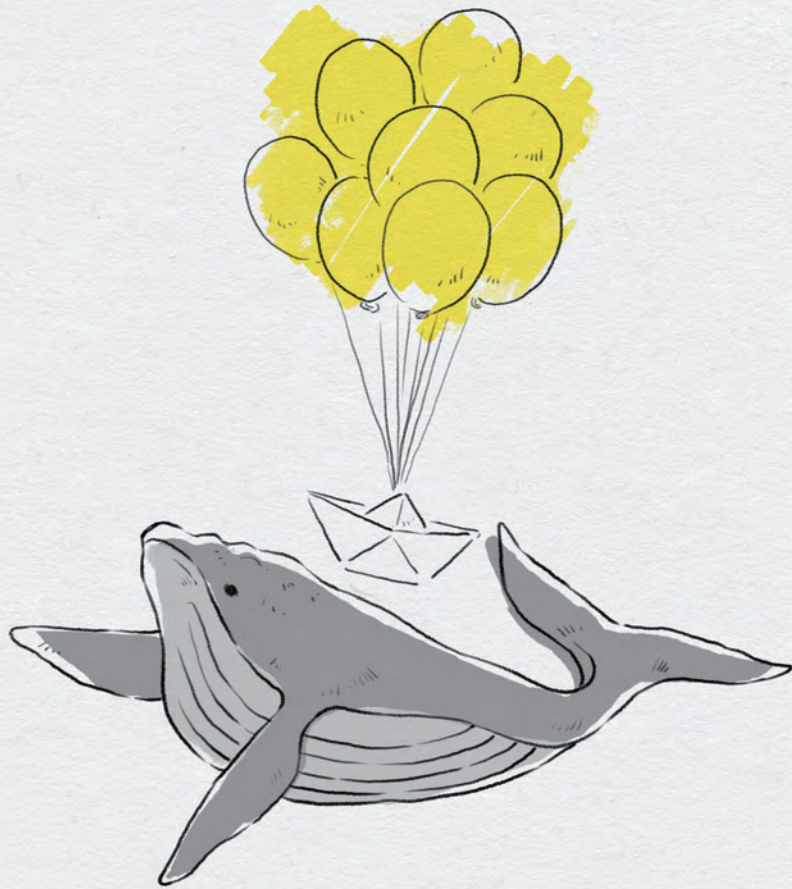


GOLDEN SWEET CORN_ package

뚝뚝 터지며 달콤한 맛의 스위트콘을 먹는 사람들이 퍼레이드를 즐기는 것 처럼 옥수수와 춤을 추는 모습을 표현하며 디자인한 통조림 패키지.



monami.
에딩.슈퍼 형광펜 600



기억합니다.

monami
에딩.슈퍼 형광펜 600



기억합니다.



이엘닷
Lee Eldat
010.4377.5900
leeeldat1@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics



advertising

Scotch correct tape

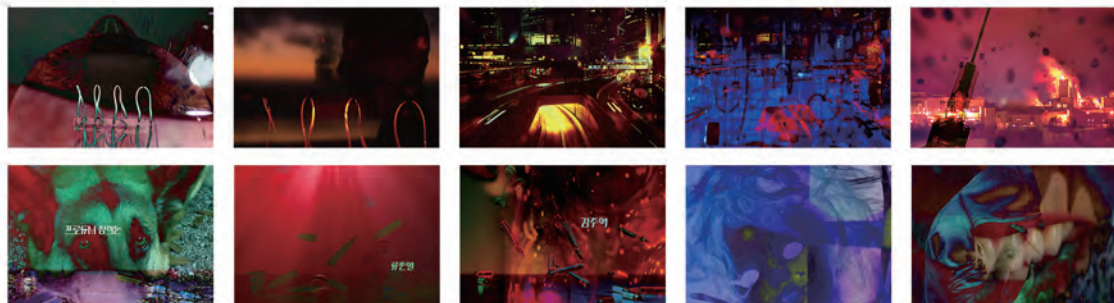
지우는 것은 새로운 가능성을 의미한다는 컨셉으로 제작 했습니다.



motion graphics

독전 Title sequence

독전의 키워드인 마약, 돈, 담배, 약물, 술, 밤, 도시, 중국, 개, 겨울, 중독 과 스토리를 갖고 비주얼을 극대화시켜 독전영화를 관람전, 후에 따라 타이틀 시퀀스 영상의 느낌이 다르도록 제작하였습니다.





package design

led candy pop

반짝이는 LED 보석캔디로 브랜드 Twinkle PoP으로 6가지의 맛은 귀여운 캐릭터와 보석과일로 표현하였고, 그 캐릭터가 보석반지를 무는 컨셉을 넣어 디자인 하였습니다.







brand design

WEDGWOOD

Rosemalive

영국의 대표적인 도자브랜드인 웨지우드와 리빙브랜드 로즈말리브의 특별한 만남.
상큼한 수선화와 우아한 아네모네 시리즈로 일상생활에서 네덜란드 로즈말리브의 아름다움을 만나보세요.







강애란
Kang ae ran
010.4930.2693
ran5172@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics



Sweetness like kiss
nutella

advertising

식빵 위에 발려진 누텔라를 이용하여 마치 키스를 하는 듯한 진한 달콤함, 꾸덕꾸덕함을 표현했습니다.



advertising

양치를 할때 이리저리 피하는 반려동물들의 모습과 치약의 유동적인 모습을 생각하며 <PERIO PET>의 광고 아트 포스터를 제작했습니다.





PERIOE PET

brand identity

대한민국은 반려동물 천만 시대! 반려동물을 위한 간식, 패션사업은 늘어나지만 생각보다 많은 사람들이 반려동물의 치아 건강의 중요성을 모르고 있습니다. 특히 사료를 먹는 강아지와 고양이의 경우 지속적인 치아관리가 필요합니다. <PERIO PET>은 대한민국 국민의 구강 건강을 책임지는 Total Oral Care 대표 브랜드 '페리오'의 하위 브랜드로 이제 반려동물의 치아건강 또한 책임지려합니다.

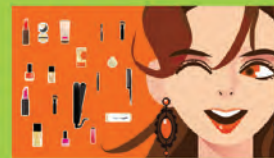




향편

package

향편은 우리나라에서 나는 향초들로 만든 떡입니다.
 엄선한 국내산 유기농산물로 정성을 다해 만든 맛있는 떡
 선물로 따뜻한 마음을 전하세요!
 향편은 떡의 본래의 질감을 위해 패키지의 뒷면을
 떡이 늘어나는 모양으로 디자인했습니다.



motion graphics

DIA TV는 CJ ENM에서 운영하는 크리에이티브 전문 채널입니다. 요리, 먹방, 게임, 반려동물 케어와 화장품 DIA TV의 다양한 요소들을 알 수 있도록 만든 영상입니다.

Bless
For Women



package

중년 여성들의 큰 고민인 갱년기는 사람마다 다르지만 대다수 참가 힘든 몸의 변화입니다. 여러 가지 증상을 토로하는 그녀들의 고통을 이미 이겨낸 갱년기 선배들의 경험담을 가지고 만든 음료 패키지를 디자인했습니다. 노인 여성들의 다양한 웃는 얼굴로 마치 비밀을 전수해주는 마녀와 같은 일러스트를 그렸습니다. <Bless For Women>은 힘든 갱년기를 이겨 낼 수 있도록 도와주는 축복과 같습니다.





김 소 희
 Kim so hee
 010.2265.8981
 soso8981@naver.com

advertising
 package

editorial
 brand identity

motion graphics

zzabu

Brand identity

바닥에 떨어져 상처를 입거나 그저 못생겼다는 이유로 유통되지 못하고
 아깝게 버려지는 못난이 농산물을 건강하게 재가공하여
 판매하는 친환경농산물 브랜드 짜부와 풀무원의 콜라보레이션





advertising

못난이 농산물을 건강하게 재가공하여 판매하는 친환경농산물 브랜드 짜부의 아트포스터



zzabu 못생겨서 맛있는 짜부

Web design #1



Web design #2



Web design #3



밥블레스유



날마다 맛있는 사연이나 이야기 곁들여요
 비오는날 술 환잔하며 먹을 아삭 추천하
 12, 2019년 1월 15일
 안 반말하, 또래들고
 먹어도 먹어도 배고파서 고민이에요
 1부 후기에서 고민입니다
 서 고민이에요
 김민우, 김사사, 김민우, 김사사, 김민우, 김사사
 점심에 피자를 먹!



motion graphic



예능 밥블레스유의 광고, 웹사이트, 타이틀 영상을 출연자들과 음식일러스트를 사용하여 제작하였다

LOTTE

Relaxation Drink

Sweet
Sleep

500ml





package

스트레스가 쌓였을 때, 달콤한 휴식이 필요할 때, 편안한 하루의 마무리를 위해 마시는 릴렉스 음료인 스위트 슬립. 수면을 도와주는 음료의 특징을 부각시켜 몽환적인 꿈 일러스트로 리디자인하였다.



나혜주
 Na Hyeju
 010.7425.1605
 skgpwn1124@naver.com

advertising
 package

editorial
 brand identity

motion graphics



ADVERTISING
_IT'S SKIN

잇츠스킨의 미백미스트 제품을 가지고 포스터 광고 작업을 진행하였습니다. 미백의 밝은요소와 전구의 빛을 가지고 미스트가 가진 미백효과를 드러내고자 하였습니다.



잇츠스킨 파워 10 포뮬러
 브이씨 비타풀 미스트

PACKAGE DESIGN

SKIN

알코올이 강한 양주임을 보여주는 이미지를 위해 강한 동물들의 비주얼로서 상징성을 보여주었고 동물모양으로 타공된 부분 너머로 동물의 패턴이 보이게 하면서 재미요소를 주었습니다. 뒷면의 패턴이 왜곡되어 보이지 않도록 납작하고 평평한 형태의 병 사용하였으며 동물의 무늬를 보여주는 패키지의 형태와 무늬가 아름다운 만큼의 맛의 퀄리티가 있다는 의미의 'SKIN'이라는 네이밍을 하게 되었습니다.



IL-JUNG

하루의 일정+한 알(알약 한개)=하루의 '일정'인 영양제 챙겨먹기를 '일정'으로 챙기다 라는 뜻으로 IL-JUNG(일정)이라는 브랜드 네이밍을 하였습니다. 각 영양제 마다 효과가 작용되는 장기를 눈, 관절, 간, 장, 모발 다섯가지를 활용하여 아이콘을 만들어 표현하였습니다.





BRAND DESIGN_IKEA PLANT

'IKEA PLANT'는 우리에게 가장 친숙한 가구브랜드 중 하나인 IKEA가 수년전부터 꾸준히 커지고있는 반려식물 키우기 시장에 뛰어들다면 어떨까 하는 발상에서 제작하게된 브랜드 입니다.





LIFE WITH PLANTS

일상생활에서 늘 함께하는 반려식물이라는 의미에서 'Life with plants'라는 슬로건을 만들어 삶과 더욱 친화적인 이미지를 주었습니다. 반려식물을 돌보는 사람의 이미지를 손으로 상징화 시켜 식물과 손이 함께하는 이미지를 표현하였습니다.





EDITORIAL DESIGN_KOREAN INVENTION

전세계의 수많은 발명품들, 하지만 그 중에서 한국의 발명품은 찾아보기 힘듭니다. 하지만 MP3플레이어, 금속활자, 우유팩 이 모두가 한국에서 탄생했다는 것, '알고보면 발명의 나라' 대한민국의 위대함을 알리고자 합니다. 이 책을 통해 한국에서 최초로 생겨난 물건들에 대해 소개하며 물건에 대한 역사를 알게되고 한국의 발명 역사를 되새길 수 있도록 하고자 합니다.

한국의 발명 역사를 되돌아본다는 의미를 보여주기 위해 "신문 스크랩북" 형식으로 표현하고자 하였고 스크랩북이라는 이미지를 주기 위해 바인더 형식의 표지를 선택하였습니다. 과거를 되돌아 본다는 주제에 맞추어 레트로 컨셉의 요소와 색감을 사용하였습니다.



MOTION GRAPHICS_BOOK TRAILER



손길

책의 내용속 상징적인 소재로 사용되는 '손'과 '길'을 합친 '손길'이라는 타이틀을 정하게 되었습니다. '나 자신을 알자' 라는 주제로서 하고싶은 일에 자신감을 잃는 사람들에게 메시지를 전하고자 합니다. 하고싶은 일에 자신감이 없어 늘 의존하며 지내던 주인공이 포기하려는 순간 새로운 친구 돌멩이를 만나며 자신이 어떻게 해나가야할지 알게되는 성장 스토리 입니다. 전체적으로 따뜻하고 신비로운 분위기를 주기위해 무채색을 사용하였고 추가적인 상징성을 위해 약간의 색을 사용하였습니다.

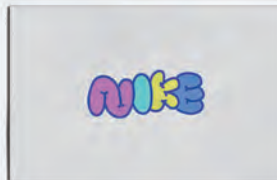
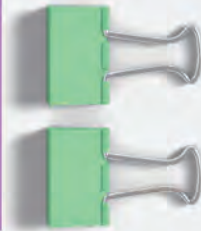


박유정
Park Yu Jeong
010.6581.0201
uzeong2@gmail.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics

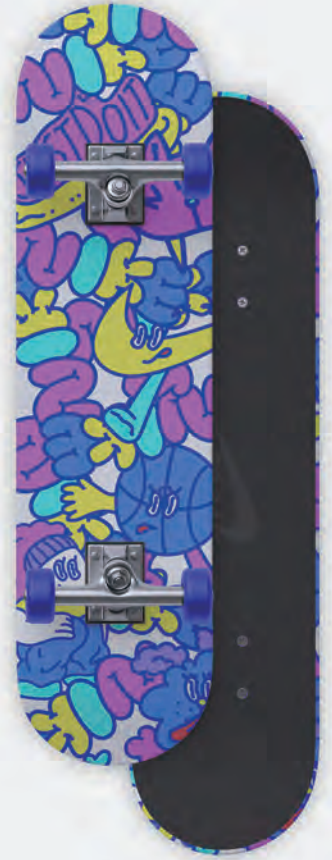


'나이키 툴'은 아트워크 활동을 활발히 하는 아티스트들을 지향하는 문구류 브랜드이다. 실제로 아트워크 작업을 하는 툴과 동물들에 영감을 받아 작업하였다. 스포츠 의류 브랜드인 나이키의 스포티한 느낌을 살려 두들 느낌의 일러스트 작업을 하였고, 패턴화시켜 제품에 적용하였다. '나이키 툴'의 문구류 제품을 사용하여 "무엇이든 흥미롭게 아트워크 작업을 할 수 있다!"라는 느낌을 주려고 의도하였다.





Brand Identity





Advertising 01

그림판 프로그램의 툴을 캐릭터들로 바꿔 '나이키 툴'의 슬로건인 "무엇이든 흥미롭게 아트웍 작업을 할 수 있다!"를 표현하려고 하였다. 그림판일지라도 '나이키 툴'캐릭터로 재미있고 쉽게 그릴 수 있다는 느낌을 주려고 한 포스터이다.



Advertising 02

'나이키 툴' 캐릭터들로 무한한 상상력을 표현한 포스터이다.



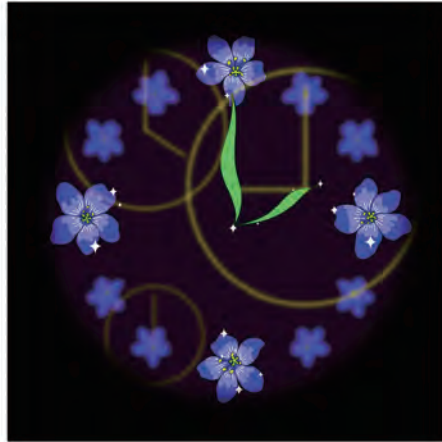
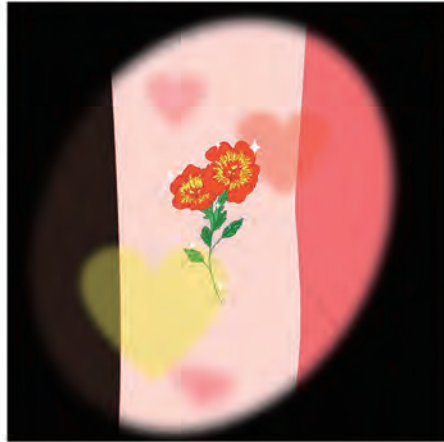
Package

Vitadd

'Vitadd'는 비타민 영양제 브랜드이다. 비타민 ABCD의 대표적인 함유 식품을 각 알파벳 모양으로 일러스트로 표현하였다. 전체적인 실루엣을 알파벳 형상으로 잡아 일러스트를 더 부각하였다.



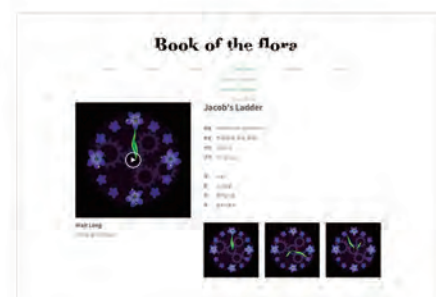
Motion Graphics



Book of the flora

UX / UI
mp4
7 seconds
594 X 594

식물도감 컨셉으로 제작한 일러스트 웹사이트를 구현하였다.
꽃말을 해석한 일러스트를 빛, 조명, 그림자 세가지 요소를 사용하여 화려하게 표현하였다.
또한 단순한 jpg 이미지 뿐만 아니라 움직이는 gif 이미지로 생동감을 주었다.
평소에 잘 접해보지 못하는 식물도감, 그리고 꽃말에 대하여 웹사이트를 통해 쉽게 접근하고 살펴볼 수 있다.





진 호 경
 Jin ho kyung
 010.3901.4062
 hokyoungjin@naver.com

advertising
 package

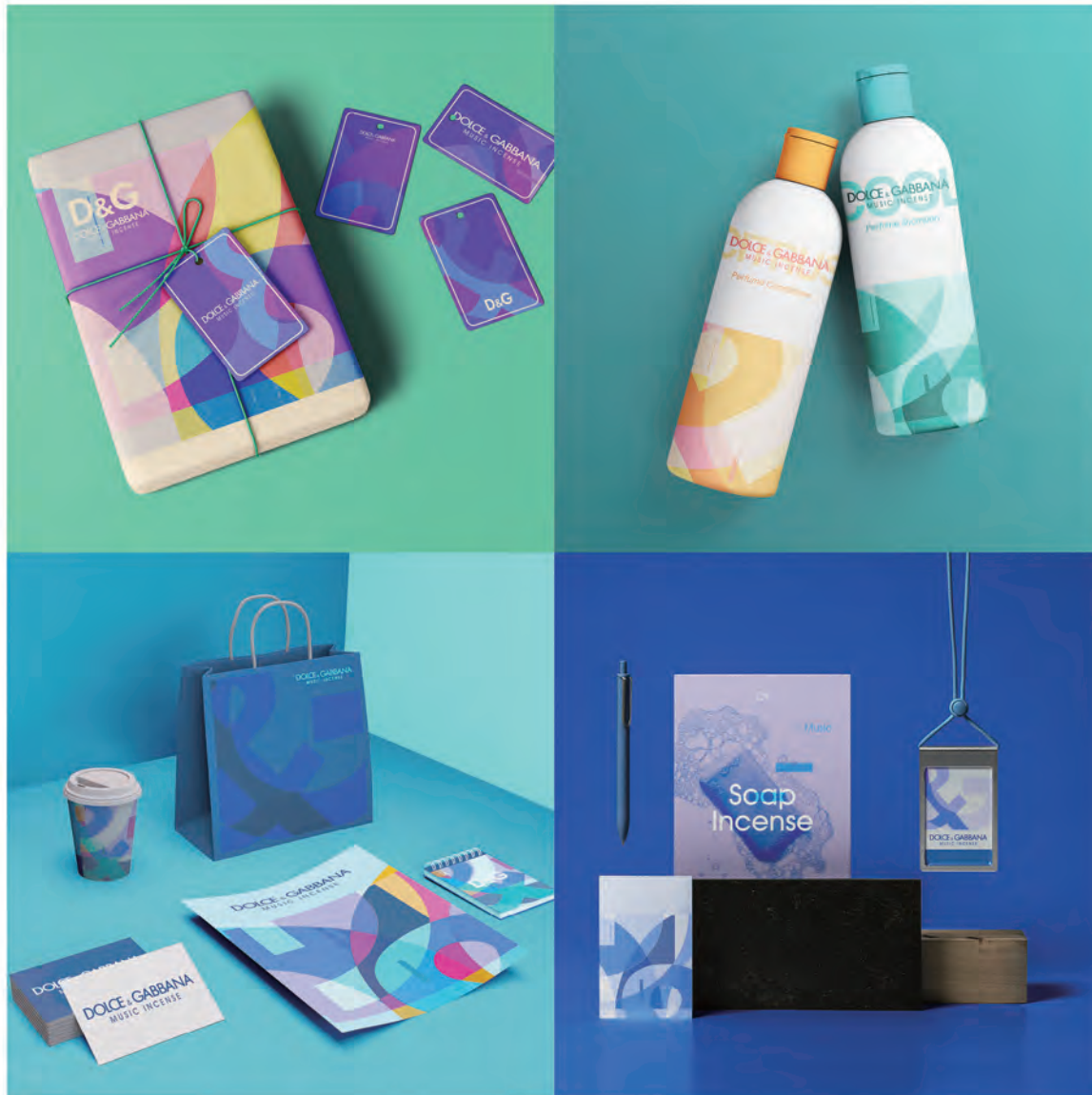
editorial
 brand identity

motion graphics

brand identity

DOLCE & GABBANA MUSIC INCENSE

big brand인 DOLCE&GABBANA 향수 카테고리에 NFC를 이용한 음악(청각)적 요소를 결합하여 'DOLCE&GABBANA MUSIC INCENSE'라는 소브랜드를 제작했다.
 D&G 로고를 각 향의 테마에 맞게 색상을 배색·병치화 시켜 패턴화했다.
 시각적요소 색+후각적요소 향+청각적요소 음악 세가지 요소를 모두 접해 볼 수 있는 감각충족적 brand를 소비자들에게 제공한다.







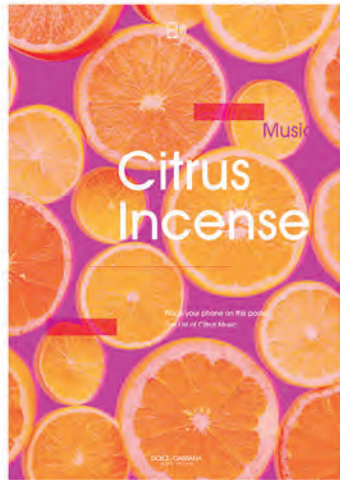
Music Incense



Listen your incense.

D&G
DOLCE & GABBANA
MUSIC INCENSE

'DOLCE&GABBANA MUSIC INCENSE' 의 이미지 포스터



advertising

‘DOLCE&GABBANA MUSIC INCENSE’의 테마 향 포스터 Floral, Citrus, Cool, Soap

광고 포스터에 NFC tag를 사용해 테마에 어울리는 노래를 즐길 수 있도록 소비자와 상호작용하는 광고 poster를 제작했다.
NFC tag지점에 어플을 설치한 모바일 기기를 가져다대면 향에 어울리는 음악 list를 보고, 음악을 재생해 향과 함께 즐길 수 있다.



motion graphics

아향

감각 중 후각은 가장 오래 기억속에 남는 감각이다.
후각은 감정과 가장 밀접한 감각이라는 데에 의의가 있다.

향을 나만의 색으로 패턴으로 시각적으로 가질 수 있다면?
인물에 대한 정보를 얻고 분석해 향에 대한 느낌을 영상을 통해 도출해보았다.



package

blankhair 염색약

색상 표현과 big model 전략으로만 디자인했던 기존 염색약 패키지에서 벗어난 design.

색의 특징과 느낌을 패턴화시켜 색상을 한눈에 볼 수 있도록 하고, 패턴들의 composition을 패키지의 전면에서 배치했다.



editorial

자연현상

날씨/ 자연현상에 관련된 정의, 원리, 일화에 대해 정리했다.

펼치면 앞쪽은 poster, 접은 뒤쪽은 자연현상에 관련된 내용의 pamphlet.





윤 지 오
Yoon Ji oh
010.2291.5705
718xhdydlf@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics



NABUSNAVUS-advertising

부드럽게 목을 넘어가는 느낌과 입안에서 강렬하게 퍼지는 와인을 물속을 유연하게 헤엄치고 물 위를 뛰어오르는 물고기로 표현하였다.





2005

BY adir winery

40% SHERAZ
39% CABERNET SWINMNCIN
5% CUNERNET FRANC

750 ML 13.5% ALCVOL





fluttering

NABUSNABUS_package

얇은 천이나 종이따위가 나부끼어 흔들린다.

나뭇나뭇 통합 브랜드의 N. 와인의 느낌을 물고기의 유연한 움직임으로 형상화했다.

물고기를 수목화로 표현해 한층 더 고급스러운 분위기를 나타냈다.







fluttering

NABUS
NABUS

NABUSNABUS_brand identity

수채화로 그린 물고기의 형상을 따서 물고기 그림을 캐주얼하게 바꿔
실생활에서 여러 분야로 활용 가능한 패턴을 만들었다.





고수정
Go su jeong
010.2910.2042

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics

자연을 되살리기 위한
우리의 실천이 필요합니다.



우리나라에서 한해 쓰는 종이컵은 약 257억 개(2015년 기준)인데, 종이컵 생산과정에서 발생하는 이산화탄소는 25만 3천 톤입니다. 종이컵 대신 텀블러를 사용하여 자연을 보호해야 합니다.



advertising

자연을 위한 작은 실천, 텀블러

일회용품 대신 텀블러를 사용하자는 메시지를 담은 공익광고 포스터

또 하나의 작은 배려,
밝은 미래를 약속합니다.



kobaco
한국방송광고진흥공사

임신 후엔 혈액량이 증가하고 팔팔은 늘어난 혈액을 거르기 위해 더 열심히 일을 합니다. 이 과정에서 소변 양이 많아지고, 배아가 커지면서 방향을 누르게 됩니다. 따라서 임신부는 보통의 여성보다 배뇨 횟수를 조절하기 힘들어집니다. 지하철 피크 시간 뿐만 아니라 화장실에서도 임산부에게 자리를 양보해주세요.



advertising

미래를 위한 또 다른 작은 배려

대중교통 뿐만 아니라 화장실에서도 임산부에 대한 배려가 필요하다는 인식을 주는 공익 광고 포스터와 적용사례

Disney

"추억을 치료해 주세요"

우리의 추억이 담긴 애착인형. 항상 애정을 주다보니 때가 끼거나 망가지는 경우가 있죠. 인형에 담겨 있던 추억도 바래는 것 같아 마음이 아파요. 이럴 때는 인형병원을 찾아가보세요. 인형과 함께 당신의 추억까지 수선해줄거예요.

brand identity

동심의 상징인 '디즈니'라는 브랜드와 오래된 인형을 고쳐주는 '인형 병원'을 콜라보 하였다.







Fix Me!



package

MARIA

'마리아'라는 이름의 꽃차 패키지. 장미, 라벤더, 마리골드의 색깔과 꽃잎, 잎사귀 등을 내추얼한 일러스트로 표현하여 은은한 분위기를 연출했다.



◀ motion graphics

Fix me!

모션 그래픽을 이용해 모니터 화면 속을 배경으로 한 귀여운 분위기의 애니메이션을 만들었다.

시놉시스

인터넷 세상에 사는 고양이 '코코'의 귀를 실수로 휴지통에 버려버렸다! 이때, 바탕화면의 수상한 아이콘이 눈에 띄는데! 과연 코코는 무사히 귀를 치료 할 수 있을까?



유지윤
 Ryu ji yun
 010.4411.3926
 dbwl3031@naver.com

advertising
 package

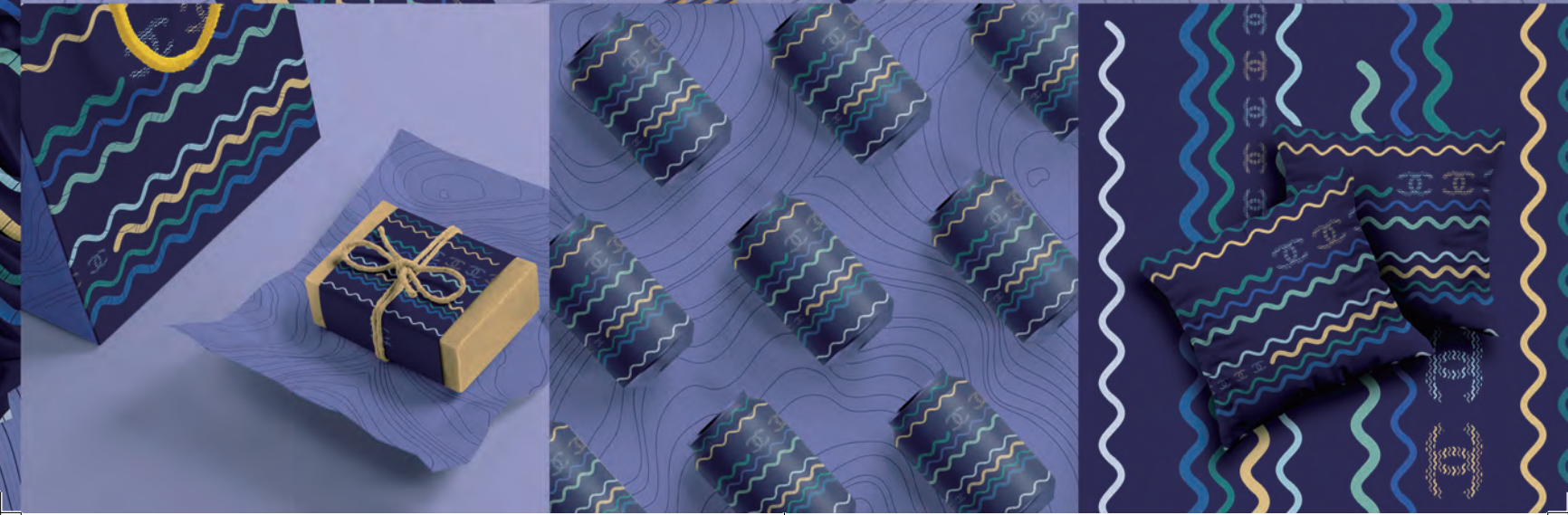
editorial
 brand identity

motion graphics



Big Brand의 CHANEL과 소브랜드 Bedding의 콜라보 작업이다. Bedding의 'ing'를 모티브로 '~을 이용해 보색의 컬러들과 다양한 패턴을 제작했다. 우리(CHANEL BEDDING)는 브랜드 키워드인 편안, 휴식, 고감, 라이프를 소비자들에게 실현할 수 있도록 도와주고 더 좋은 삶을 위해 힘이 되어 줄 수 있는 역할이 되고자 끝이 있는 결과가 아닌 지속적인 발전과 끊임없는 연구를 통해 계속 이어지는 현재진행형 브랜드 가치를 담고있다.







PACKAGE
CCho

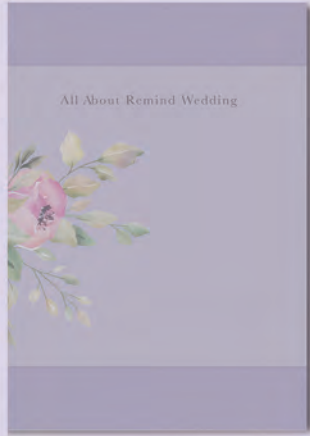
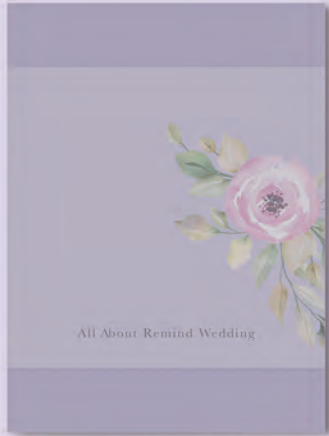
CCHO는 Card Chocolate라는 의미를 담고있는 초콜렛이다. 카드를 모티브로 스페이드, 하트, 다이아몬드, 클럽 주사위 재해석해 일러스트로 표현했다.

ADVERTISING

대한적십자사

헌혈을 같이, 함께 하는 것에 가치가 있고 의미가 있다는 것을 대한적십자사의 심볼을 사용하여 'Together'와 'With'를 타이포그래피로 표현한 시리즈 광고 포스터이다.





EDITORIAL

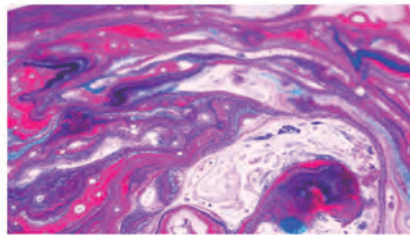
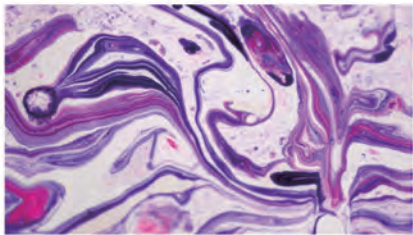
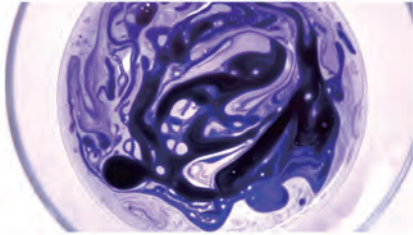
All About Remind Wedding

결혼이라는 것은 겉으로 보이는 것이 아니라 서로를 향한 마음을 확인하고 다짐하는 것이 더 중요하다는 것을 알리고 싶은 의미에서 리마인드 웨딩과 함께 웨딩에 관한 이야기들을 담아낸 책이다. 시리즈 구성으로 1권은 리마인드 웨딩과, 결혼에 관한 이야기, 2권은 리마인드 웨딩 촬영을 한 부부의 인터뷰, 마지막으로 앨범 북으로 구성했다. 일반 종이 이외에 필름 지도 활용하고, 표지는 구멍을 뚫어 공간감을 주었으며, 앨범 북 표지는 엔티콜러를 이용해 기존 웨딩사진과 리마인드 웨딩 사진을 합성해 재미있는 효과를 주었다.





Find of my color



MOTION GRAPHICS

나의 색을 찾아서

다양한 사람들이 있듯이 다양한 색들이 존재한다. 사람마다 좋아하는 색, 눈에 띄는 색, 그리고 그런 색들을 찾아가는 시간마저 각기 다르다. 내가 좋아하는 색은 나를 나타내는 색이 될 수 있고, 더 나아가 자신을 표현하는 색이 될 수 있다. 사람들에게 좋아하는 색을 물어보면 바로 대답하지만 왜 그 색을 좋아하게 되었는지, 언제부터 그 색들이 눈에 띄게 되었는지는 바로 대답하지 못하는 경우도 있다. 색은 나를 표현할 수 있을 만큼 중요한 요소 중 하나라고 생각한다. 나를 표현하는 색을 내가 어쩌다가 좋아하게 되었을까? 언제부터일까?라는 생각을 갖게 되었고 그에 대한 나의 생각과 과정을 영상으로 표현했다. 이 영상을 본 사람들에게도 자신의 색, 좋아하는 색들을 찾아가는 과정을 한 번쯤 생각해 보는 계기가 되었으면 한다.

나의 색을 찾아서

홍지영 영도, 윤지희 영도, 김민서 영도
violeta pink, 이영숙 서울, 김민서 영도



조 선 우
 Jo seon u
 010.7742.9593
 ffgj@naver.com

advertising
 package

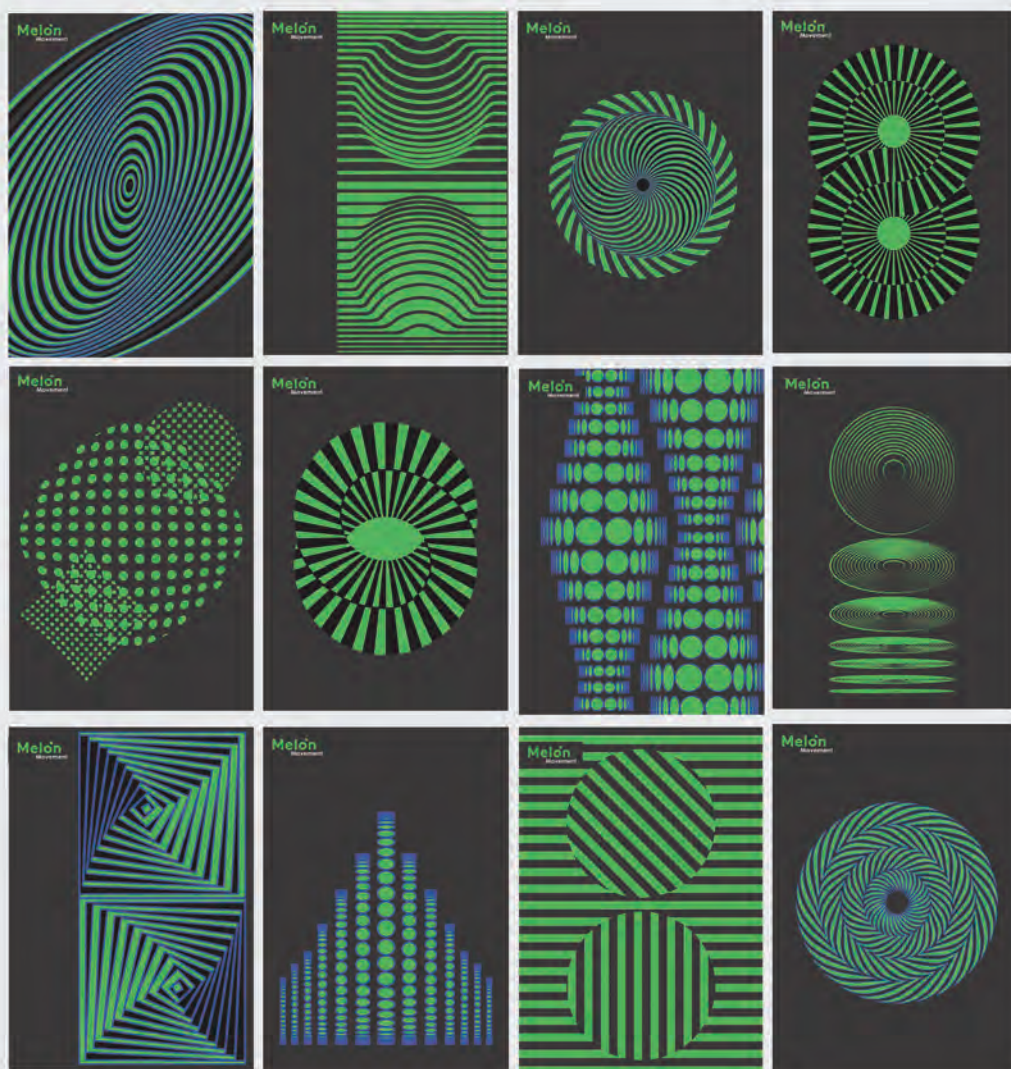
editorial
 brand identity

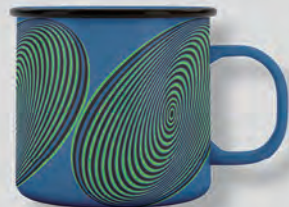
motion graphics

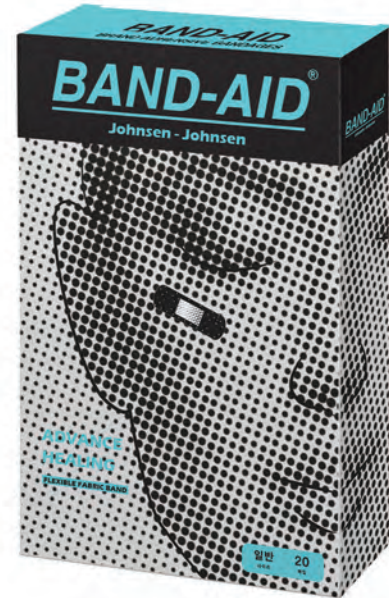
Melón
 Movement

brand identity

요즘은 노래를 음원 스트리밍 어플을 이용하지만 옛날에는 음악을 듣기위해서 시디, 테이프, 레코드판 등이 돌아가야했다. 이런 움직임을 패턴화하여 시각적인 착시효과를 움직이는 디자인을 표현해 음악 스트리밍 서비스에 적용하여 색다른 디자인을 해보고 싶었다.







band package

제품설명이 강한 느낌의 밴드 에이드 패키지를 신체에 밴드를 붙이는 듯한 디자인으로 재미를 주고 싶었다.



BAND-AID
REAL COMFORT BANDAGES
Johnson & Johnson

HYDRO SEAL
ALL-PURPOSE

DUAL-ACTION SEAL
• Blocks germs and a
• Heals & soothes
• Soothes pain to
• Protects your skin

10 All-First-Aid
HYDRO SEAL

Naturalness like my skin

Erase the traces of the injury
as if they were the original skin

advertising

실제 피부처럼 티나지않게 자연스럽게 붙어있는 밴드 에이드의 특징을 살려 제작한 광고 포스터이다. 너무 자연스럽게 때문에 피를 빨려고하는 모기의 모습이다.



editorial

'우리는 모두 안경을 쓴다'는 담은 제목의 편집물로 우리 주위에서 쉽게 볼 수 있지만 잘 모르는 안경에 대한 정보를 알려주려고 하였다.



motion graphics

타임랩스 기법을 사용하여 나의 등교길인 학교에서부터 집까지의거리의 시간의 흐름을 찍어 학교 생활과 추억을 기리도록 하였다.



유 권 옥
You kwon ok
010.6569.8814
vianan@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

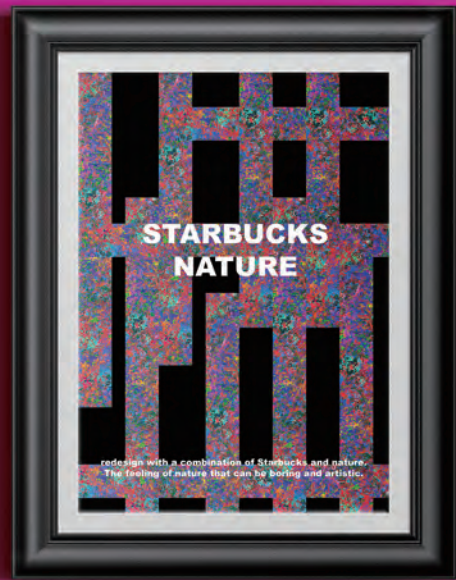
motion graphics



ADVERTISING

반려견 피모의 윤기와 보습을 견지한 고급스러운 애견 샴푸이다. 어떤 반려견이든 이 샴푸를 쓰면 부드러운 피부와 털을 가져 고급스러운 분위기를 낼 수 있다는 뜻의 포스터이다.







STARBUCKS NATURE

BRAND IDENTITY

-
스타벅스와 자연을 콜라보 하여 'STARBUCKS NATURE'이라 이름을 지었다.

자연의 느낌을 추상적으로 표현하여 스타벅스의 이미지를 색다르게 디자인하였다.



혼을 담은 단 하나의 향기

魂香 | 혼향

PACKAGE

다양한 향을 즐길 수 있는 제주. 그 곳에서만 제배되는 특별한 차의 패키지를 디자인 하였다.
감성적이면서도 향기와 혼이 느껴지는 디자인이다.



INSIDE COMPOSITION

달콤한 맛의 향기로운 동백꽃 차, 씩씩하지만 상큼함이 일품인 감귤 차, 열대의 모든 향이 느껴지는 듯한 달콤한 파파야 차. 세 가지 패키지 안에 모든 혼을 담은 디자인이다.

MOTION GRAPHICS

어떤 것이 나를 힘들게 하고 어떤 것이 나에게 힘을 주는가, 나를 돌아
보고 나에게서 오는 행복이란 무엇인가에 생각하게 해주는 오리지널
에프터 이펙트 영상 디자인이다.



KEY VISUAL



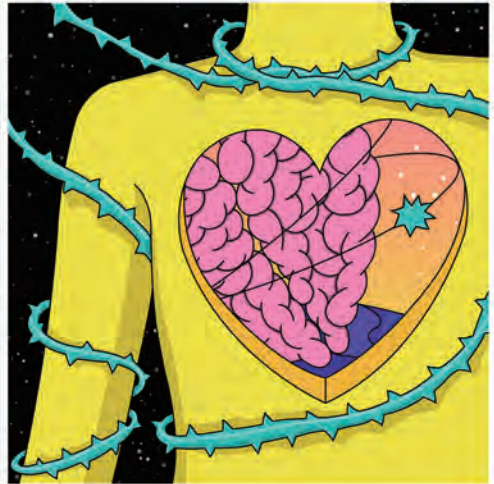
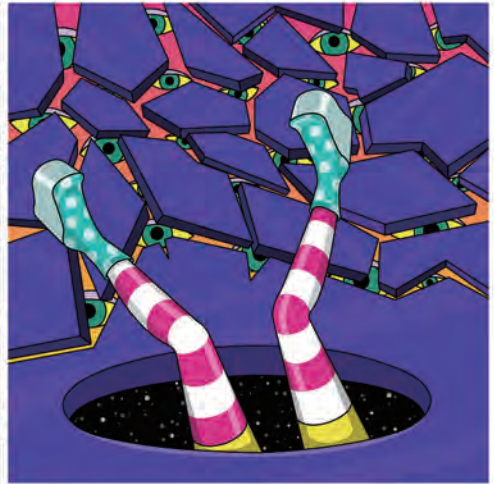


유현정
 Yu Hyeon jung
 010.8546.5601
 yhj4052@naver.com

advertising
 package

editorial
 brand identity

motion graphics



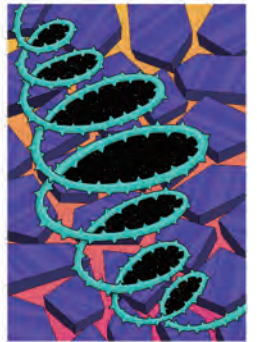
MOTION GRAPHICS

인간의 감정을 구멍이라는 소재를 통하여 [The Hole]이라는 타이틀로 일러스트와 모션 그래픽을 제작함. Artive 어플을 이용하여 전시 구현



ADVERTISING

[The Hole] 시리즈의 상징물들을 이용하여 전시 아트 포스터 제작







BRAND IDENTITY

[M&M's Witty]는 기존의 M&M's 브랜드와 나만의 캐릭터인 Witty와
클라보하여 만들어진 파티 용품 브랜드
키치한 디자인과 비비드한 컬러로 신나는 파티 이미지를 표현



PACKAGE

Witch's Sweet은 마녀의 디저트라는 주제로 독특한 일러스트와 파스텔 컬러를 사용하여 초콜릿 패키지를 제작



EDITORIAL

아이들에게는 귀여운 일러스트와 상상력을 자극하는 스토리를,
어른들에게는 힐링을 줄 수 있는 감성 동화책 제작



Witch's Sweet Illust

사랑의 모약, 마법의 모자, 마녀의 빗자루, 수정 구슬 등 마녀와 관련된 소재를 이용하여 일러스트 제작
파스텔톤으로 작업하여 달콤한 느낌을 표현



조혜민
Jo hye min
010.2315.2081
tbal1312@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics

Beyond the moment, Beyond just a travel



Brand identity

brand story

여행 갈 때 사람들이 카메라를 자주 이용한다는 점에서 시작하여, 이에 코막에서 여행을 만들면 어떻게 하는 생각으로 제작하였다. 여행사를 이용하는 고객들에게 코막의 카메라를 운영중에 노출함으로써 부담스럽지 않게 다가가고, 코막 카메라의 매력에 빠질 수 있는 계기를 제공하고자 한다.

Logo design

우리 여행사를 이용하는 고객들이 단순한 여행보다는 시대와 세대를 뛰어넘는 여행을 하길 바라였고, 그 조합함이 필름카메라라고 생각되었다. 여기서 조합함에 집중하여 로고 이미지를 만들었고, 여행사인 만큼 오물기에서 5 대륙의 의미를 가진 파랑, 노랑, 검정, 초록, 빨강 이 다섯 가지의 색을 사용하였다.





Package

브랜드의 이미지 작업에 각 대륙의 랜드마크 이미지를 활용하여 코닥의 일회용 카메라인 Kodak Funsaver의 패키지를 제작하였다.

Funsaver A - Oceania



Funsaver O - Asia



Funsaver K - Europe



Funsaver D - Africa



Funsaver I - Antarctica



Editorial

Time travel 이라는 네이밍에 맞게 그 나라만의 특색과 시간(역사)의 흔적을 느낄 수 있는 여행지를 소개하고 싶어 이 책자를 제작하게 되었다. 소개 기준은 유네스코에서 지정한 세계문화유산 안에서 선정하였다.

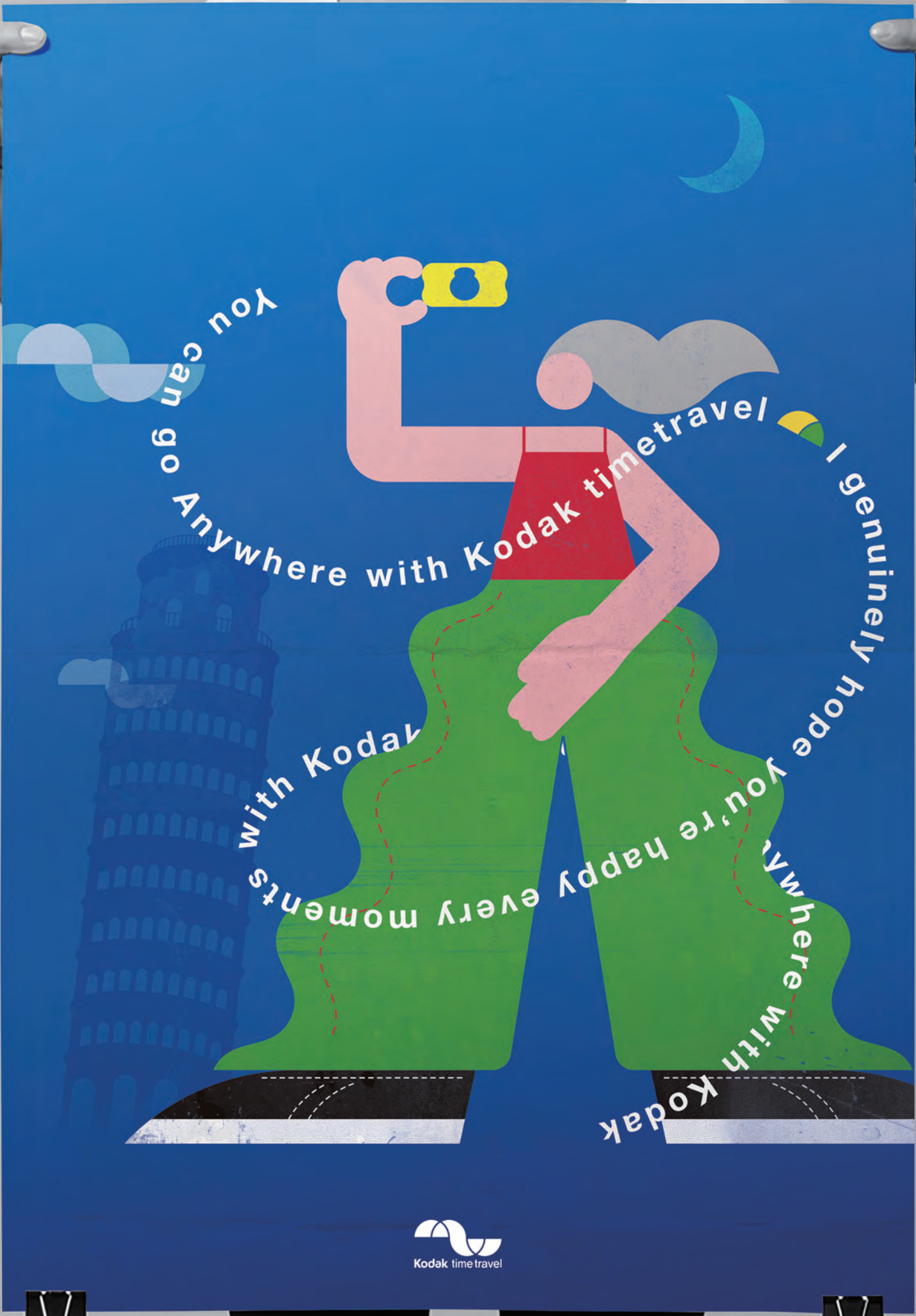




BEYOND THE MOMENT, BEYOND JUST A TRAVEL 

Kodak time travel

Advertising Beyond the moment, Beyond just a travel



You can go

Anywhere with Kodak timetravel

I genuinely hope

you're happy every moment

where you're with Kodak



Kodak timetravel





안수민
Ahn su min
010.8984.2890
sumin2y@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics



IKEA[®]
Guest House

'IKEA Guest House'는 IKEA의 제품으로 이루어진 숙박업소이다
기업의 제품으로 꾸며진 방과 식품등을 소비자에게 제공하여 브랜
드의 가치를 알리는데 의의가 있다



I 독립막걸리

3.1운동 100주년 기념으로
출시된 막걸리를 디자인했다

독립운동가 김구, 안창호, 유
관순, 김마리아의 이미지로
작업을 했으며 제품의 특성
을 고려해 카드와 같은 형식
으로 제작했다



별난 약과 | '안동 별신굿'의 탈을 소재로 디자인했다 별신굿의 별(나눔 별, 다들 별)의 뜻을 빌려 네이밍 했다





63년 전통의 품질(品質)
가시와
가시와

생과일청 함유(50%)
75g(305kcal)

생과일청 함유(50%)
75g(305kcal)

생과일청 함유(50%)
75g(305kcal)

63년 전통의 품질(品質)
가시와
가시와

생과일청 함유(50%)
75g(305kcal)

63년 전통의 품질(品質)
가시와
가시와

생과일청 함유(50%)
75g(305kcal)

63년 전통의 품질(品質)
가시와
가시와

생과일청 함유(50%)
75g(305kcal)

생과일청 함유(50%)
75g(305kcal)

63년 전통의 품질(品質)
가시와
가시와

63년 전통의 품질(品質)
가시와
가시와

Advertising

kobaco
한국방송광고진흥공사



각종 쓰레기와 동일화 된 물고기의 형태로 수질오염으로 파괴된 생태계를 보여주고자한 했다



맥도날드의 새로운 메뉴인 게살버거를 선전하는 광고이다

Media design



A Big Eater 서재에 인형인척 숨어있는 요정이있다 어느 밤 요정이 서재안 물건을 음식으로 바꾸며 파티를 연다 다음날 엉망진창인 서재 안에서 인형이 우두커니 놓여있었다라는 스토리로 구성이 되어있다



장 아 현
Jang Ah Hyun
010.9092.7195
plmokn3535@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics



enjoy-con together



ADVERTISING
NINTENDO SWITCH

하나의 게임기로 둘이서 즐길 수 있는 '닌텐도 스위치'를 하나로
함께 나눠 즐길 수 있는 쌍쌍바와 초코하임에 빗대어 함께 즐기
는 닌텐도 스위치를 강조하여 나누는 모습을 표현하였다.



joy to sharing with together





BRAND IDENTITY

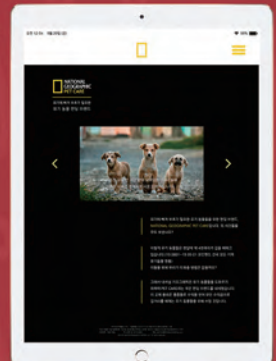
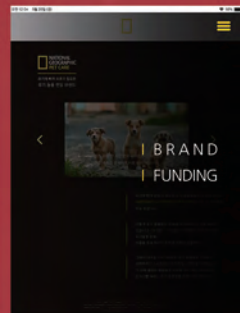
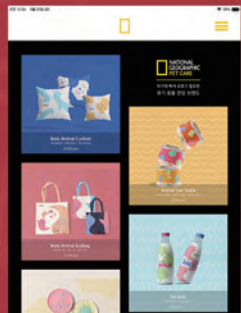
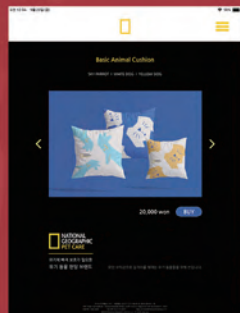
NATIONAL GEOGRAPHIC X PET CARE

위기에 빠져 보호가 필요한 유기 동물들과 도움이 필요한 유기 동물들을 위하여 'PET CARE'라는 펀딩 브랜드를 제작하였다.



UX UI

NATIONAL GEOGRAPHIC X PET CARE

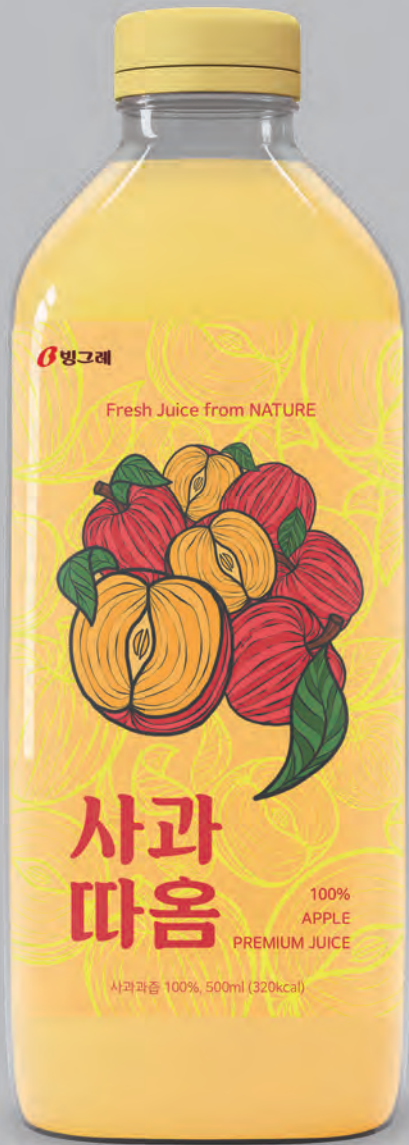




PACKAGE

따옴

과일들을 일러스트로 표현하여 '따옴'의 따옴표 모양을 형상화하고 바탕에 라인 일러스트를 넣어 풍성한 과일 맛을 강조하였다.





EDITORIAL

나의 짝궁 이야기 _ 플랩북

반려 동물과 인간의 좀 더 나은 소통을 위하여 제작한 플랩북 형식의 책이다. 먼저 반려 동물의 정의와 여러 종류의 반려 동물을 설명하고 카밍 시그널로 하여금 동물이 하는 이야기를 짐작할 수 있도록 종류 별로 구분 지어 제작하였다. 마지막으로 함께 살아가며 지켜야 할 에티켓과 서로 간의 피해가 없도록 주의 글을 담아보았다.



MOTION GRAPHICS

펫토랑

반려 동물과 함께 사는 사람들의 고민 중 하나는 '외식'이 아닐까 싶다. 함께 즐기는 외식 시간에 반려 동물은 정해진 음식만 먹어야 한다는 점이 '반려 동물과 함께하는 외식이 필요하다' 라는 생각을 들게 하였다. 그래서 반려 동물 전용 외식 브랜드인 '펫토랑'을 제작하여 반려동물과 사람이 함께 자유로이 외식을 할 수 있는 장소를 만들어냈다.





채민아
 chae min a
 010.5078.7039
 happypigy@naver.com

advertising
 package

editorial
 brand identity

media design



Advertising

경험하고 배우고 생각하고 느끼고 기록하여 그리는 작업을 하고 있습니다. 캔버스 그림은 보다 포괄적인 내용을 담았으며, 아트 포스터는 지금까지 작업한 내용을 카테고리리를 나누어 그 특징에 맞게 디자인하였습니다.



Plus minus 0 11,6.8x91.0 mixed materials



Mirror room _ A3 Poster



Rabbit room _ A3 Poster

Brand identity

Disney
CHAE MING WONDER LAND

Disney
CHAE MING WONDER LAND

디즈니 콜라보레이션 팬시 브랜드 'chae ming wonder land' 입니다. 일러스트레이터 '채민아'의 그림세계를 7가지 컨셉방으로 나눠 각 방의 컨셉에 맞게 디자인 하였습니다.





Package

PUZZLING 퍼즐링

디즈니 콜라보레이션 팬시 브랜드 'Chaeming wonder land' Break-up room (해체의 방)의 퍼즐 패키지입니다. 퍼즐처럼 분리된 이미지 편집과 퍼즐 형태를 이용하여 디자인했습니다.



Editorial

ART BROCHURE

2017-19년 초중반까지의 그림을 모아 그림이 변화되는 시점들을 편집하여 시기별 그림을 소개하는 아트 프로슈어입니다.



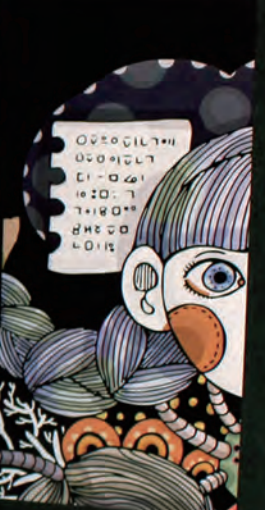
하얀 열정



◇ 지아루
지아루는 좋아하는 것의 열정적인 표현을 가지고 있는 친구이다. 열 사랑의 표현을 통해 자신의 감정을 표현하는 것이 지아루의 특징이다. 그녀는 다양한 색상을 가지고 있는 친구이며 주황색과 파란색을 좋아한다. 그리고 사랑의 열정을 마음껏 표현한다.

◇ 동
동은 7학년 1반에 다니고 있다. 동은 다양한 색상을 좋아하며, 특히 파란색과 빨간색을 좋아한다. 동은 자신의 감정을 표현하는 것을 좋아하며, 특히 파란색과 빨간색을 좋아한다. 동은 자신의 감정을 표현하는 것을 좋아하며, 특히 파란색과 빨간색을 좋아한다.

◇ 문자



문자는 자신의 감정을 표현하는 것을 좋아하며, 특히 파란색과 빨간색을 좋아한다. 문자는 자신의 감정을 표현하는 것을 좋아하며, 특히 파란색과 빨간색을 좋아한다. 문자는 자신의 감정을 표현하는 것을 좋아하며, 특히 파란색과 빨간색을 좋아한다.



신지원
 Shin ji won
 010.4547.6407
 sjw960217@naver.com

advertising
 package

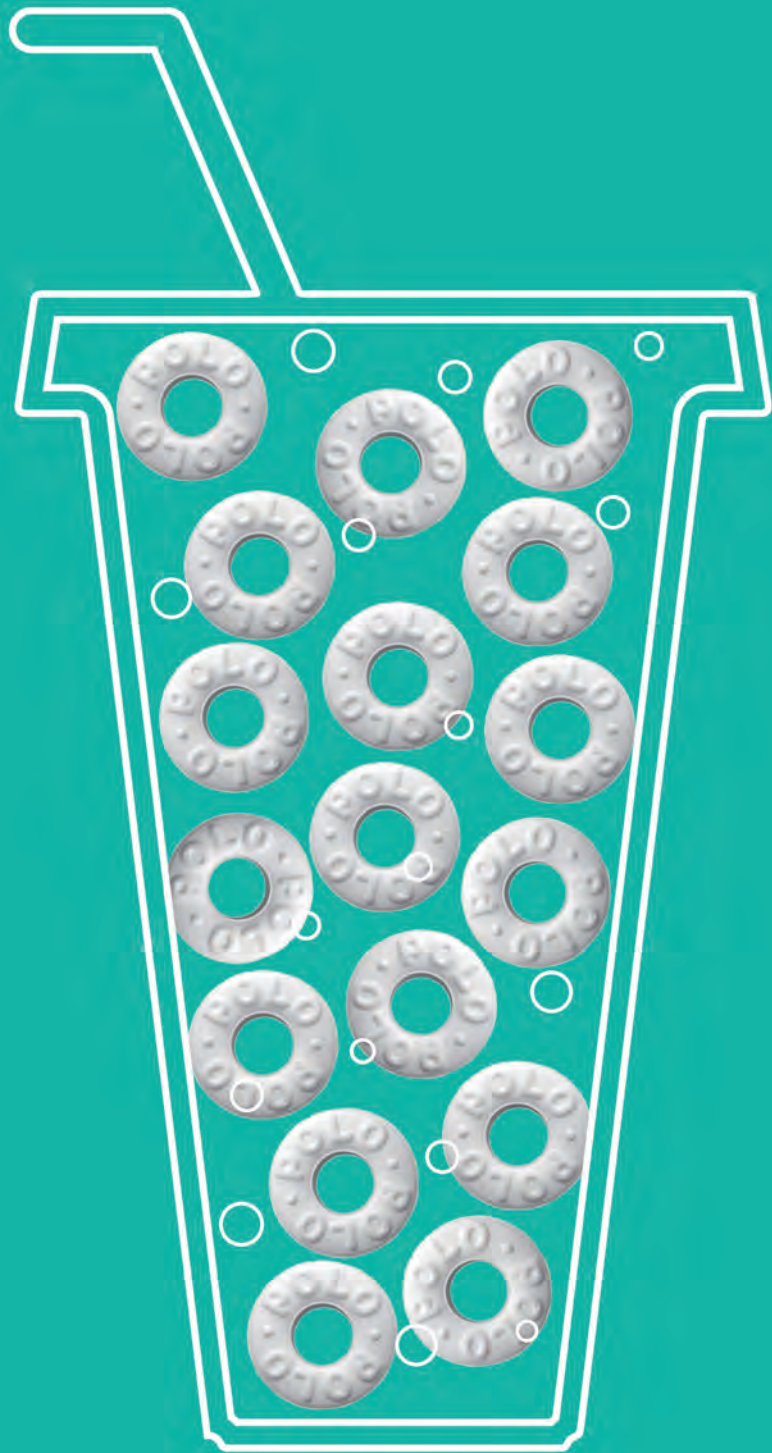
editorial
 brand identity

motion graphics



ADVERTISING

네슬레의 대표적인 제품인 폴로 캔디의 아이스민트, 과일, 슈거프리 세 가지 종류를 각각의 특성에 맞추어 제작한 포스터이다.



Fresh ice mint with a polo



Bodeum PAWTY

보듬컴퍼니 + 반려동물을 위한 홈파티 이벤트

최근 반려동물을 키우는 가정이 늘어나고, 반려동물에 대한 사람들의 인식이 높아짐에 따라 동물들을 정말 친자식, 내 가족처럼 생각하는 사람들이 많아졌다. 사람과 똑같이 대해주고 기념일도 챙겨준다. 이 브랜드는 반려동물의 생일을 축하해 주고 싶은 집사들을 위한 브랜드이다. 포우티에선 집사들과 반려견들의 마음을 모두 충족시키는 홈파티를 계획한다.





PACKAGING

포우티는 반려동물의 건강과 행복을 우선으로 한다. 이 제 품은 반려견들을 위한 수제 간식으로써, 주니어, 어덜트, 시 니어의 연령별로 나뉘어진 제품과 다이어트용 간식을 선택 적으로 배급이 가능하다. 강아지의 형태를 자유로이 변형해 재미를 추구한 여섯가지 종류의 패키지가 있다.





SMALL PACKAGE

반려동물들이 우리의 삶에 함께 하면서 사람들의 음식을 취급하는 일이 잦아지고 있다. 언젠가 단 음식을 먹다가 반려동물이 쳐다봐 멈췄던 경험이 있을 것이다. 자극적인 사람의 음식은 반려동물에겐 독이 될 수 있다. 그럼에도 반려동물의 눈빛을 거부하지 못하는 집사들을 위한 강아지용 초콜릿이다.



MOTION GRAPHICS

캐릭터성이 잘 두드러지는 애니메이션 시리즈를 골라 8비트 게임 분위기에 맞춰 도트화 시킨 후, 애니메이션의 타이틀 시퀀스를 제작하였다. 가장 대중적인 애니메이션이 무엇일까 생각하다가 스폰지밥 시리즈를 선택하게 되었다.



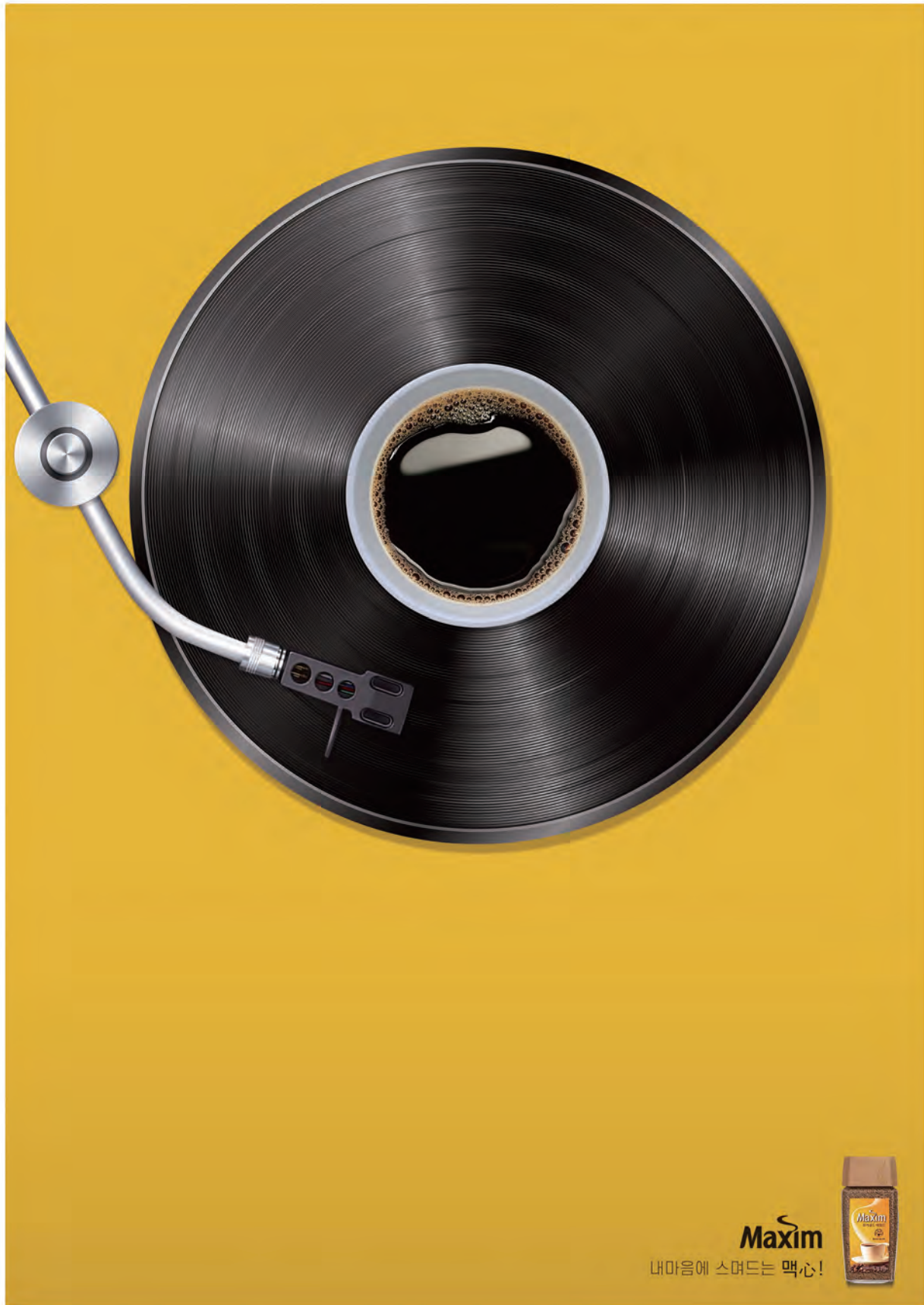


한규연
Han gyu yeon
010.6750.6114
hky9604@naver.com

advertisement
package

editorial
brand identity

motion graphics



advertisement

레코드와 라디오로 맥심의 빈티지한 감성을 보여주는 포스터



Maxim

내가슴에 적셔드는 맥심!







package

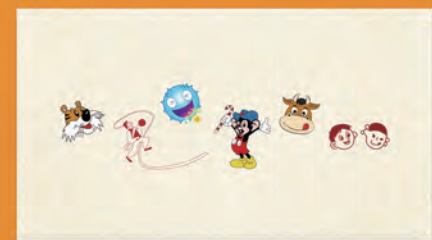
콜롬비아, 에티오피아, 케냐의 국기를 모티브로 하여 디자인한 콜드브루 커피 패키지





motion graphics

불량식품을 주제로 한 인식 개선 인포그래픽 영상





오창은
Oh chang eun
010.6536.747
96_chang_ni@naver.com

advertisement
package

editorial
brand identity

motion graphics



Advertisement

스포츠의 움직임을 태극의 물결처럼 표현하여 필라가 국내 브랜드임을 보여주고 버전을 태극의 컬러 빨강색, 파랑색 두가지 시리즈로 제작하였다.



FILA



LIFE Brand Identity

스포츠의 운동이라는 동음이의어를 이용하여
기원하는 운동, 국산품 장려 운동도 같이하자라는 메시지를
전하고자 생필품 스토어 "필라 라이프" 브랜드 제작





Package

색연필이 무엇이든 자유롭게 상상을 펼쳐 그릴수 있는
도구라는 점에 주목하여 판타지스러운 이미지를
이용하여 패키지 디자인을 제작하였다.

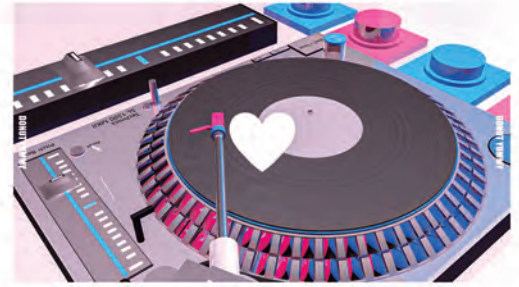





FABER-CASTELL
since 1761

Motion Graphics

DONUT FACTORY라는 주제로 핑크색, 하늘색을 사용해 아기자기한 분위기를 보여주는 도넛브랜드 아이덴티티 영상





박지운
Park Ji Youn
010.4161.7997
parkjiyoun96@gmail.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics

現實 逃避

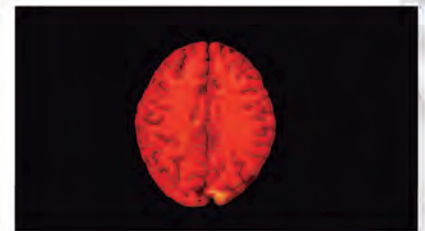
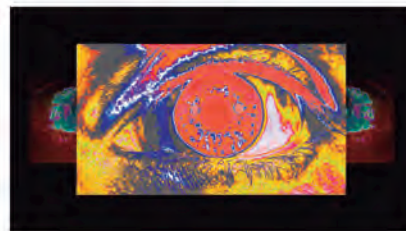
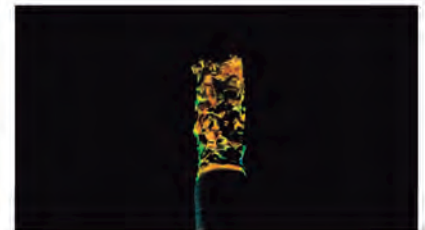
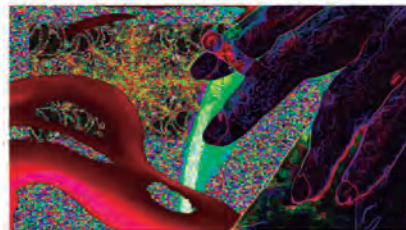
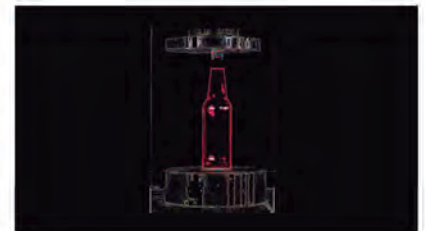
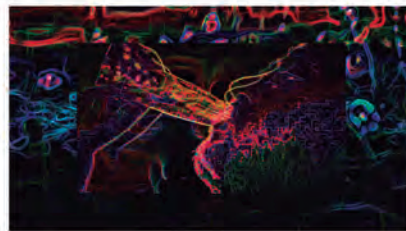
"現實逃避/escapism/현실도피 페스티벌"

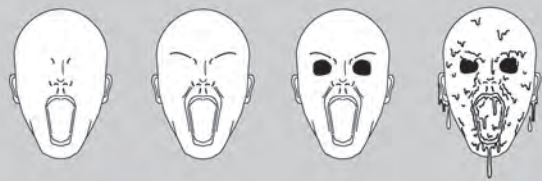
현실 사회에서 수동적인 삶을 벗어나
인간의 본질적인 자유로운 시간을 가질 수 있는 도피처

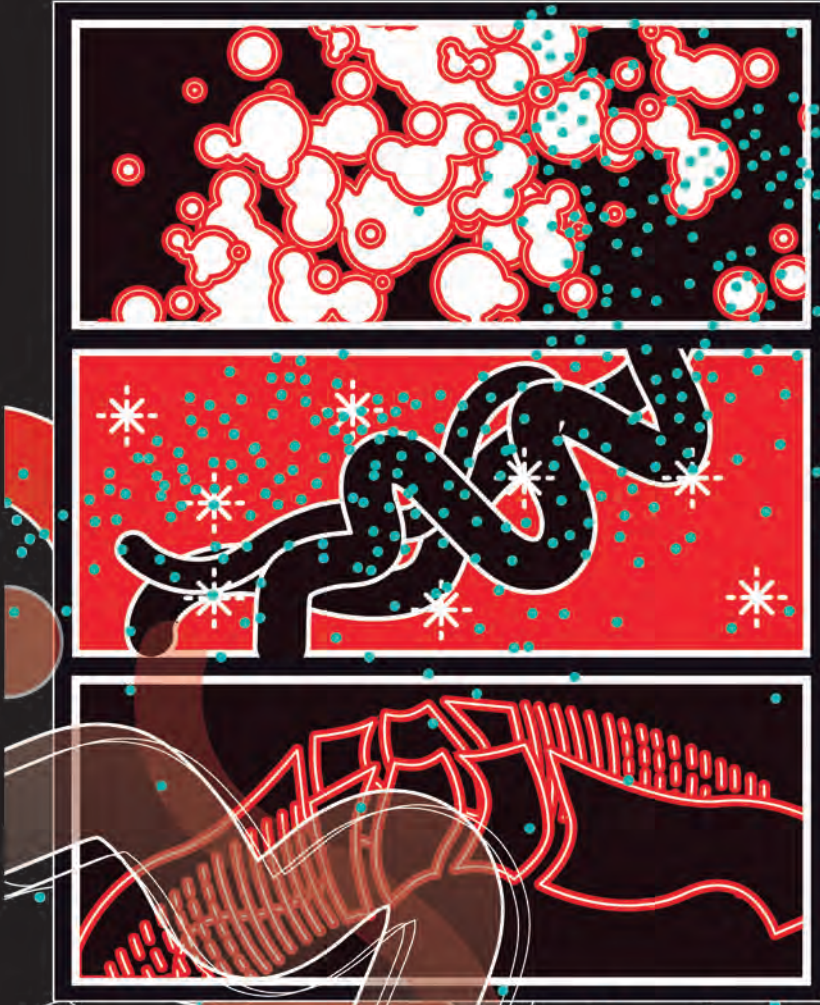
"現實逃避/escapism/현실도피 아트 비디오"

자아가 현실에서부터 자유로워지는 단계별 영상
2분 30초

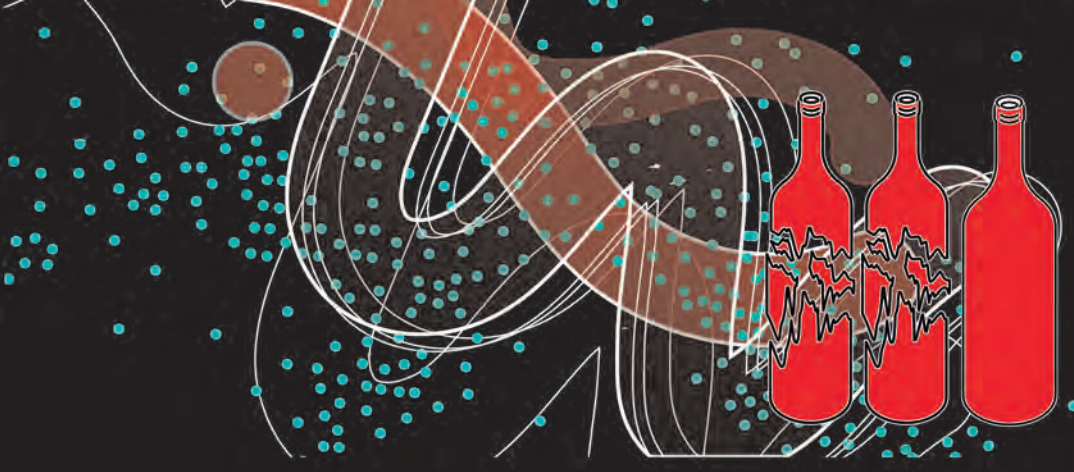
video design @_drunko_
Sound design @primamiya





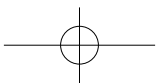
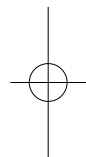
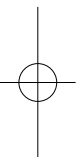
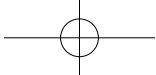


环境











홍연주
Hong Yeon ju
010.3034.7098
h0228j@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics



advertising

EDIYA COFFEE <Premium Lonyo>

아프리카 패턴을 감각적인 아트 포스터로 제작하고(우측), 패턴속 원두를 품은 아프리카 동물들을 이용한 아트 포스터를 제작하였다 (좌측). 원색적이고 화려한 아프리카의 모습을 담고자 하였다.





EDIYA COFFEE

premium **Lonyo**

brand identity

EDIYA COFFEE <Premium Lonyo>

이디야 커피의 아프리카 원두 프리미엄 브랜드인 <Lonyo>는 스와힐리어로 '빛나다'라는 뜻으로, '아프리카의 빛나는 열매(원두)'이라는 뜻을 의미한다. 원두와 아프리카의 동물들, 토속적인 문양 등을 응용하여 다양한 굿즈를 제작하였다.





packaging

EDIYA COFFEE <Premium Lonyo>

케냐 <케냐AA>, 에티오피아 <예가체프>, 탄자니아 <탄자니아 AA> 총 3가지의 고급 아프리카 원두 시리즈를 패턴을 응용하여 EDIYA COFFEE의 프리미엄 브랜드 <Lonyo> 원두 패키지를 제작 하였다.





editorial

윤리적 딜레마

정해진 정답은 없고, 어떤 도덕적 가치를 더 중요시 생각하는냐에 따라 차이를 선택하는 내용을 편집하였다.

칸트의 [실천이성비판]과 프랑크푸르트

칸트는 순수이성비판에서 인간이 '합리' 또는 '이성'에 의해 행동할 수 있는가라는 질문을 던진다. 인간은 이성적 존재로서 어떤 행위를 해야 하는지를 고민하고 있다. 칸트의 윤리학은 '합리'라는 개념을 바탕으로 인간의 행동을 규정한다. 그는 인간이 이성적으로 행동할 때만 인간다운 행위를 한다고 주장한다. 칸트는 인간이 이성적으로 행동할 때만 인간다운 행위를 한다고 주장한다. 칸트는 인간이 이성적으로 행동할 때만 인간다운 행위를 한다고 주장한다.

그럼에도 불구하고 칸트는 인간이 '합리' 또는 '이성'에 의해 행동할 수 있는가라는 질문을 던진다. 인간은 이성적 존재로서 어떤 행위를 해야 하는지를 고민하고 있다. 칸트의 윤리학은 '합리'라는 개념을 바탕으로 인간의 행동을 규정한다. 그는 인간이 이성적으로 행동할 때만 인간다운 행위를 한다고 주장한다. 칸트는 인간이 이성적으로 행동할 때만 인간다운 행위를 한다고 주장한다.

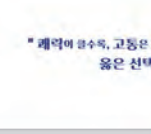
칸트는 인간이 이성적으로 행동할 때만 인간다운 행위를 한다고 주장한다. 칸트는 인간이 이성적으로 행동할 때만 인간다운 행위를 한다고 주장한다. 칸트는 인간이 이성적으로 행동할 때만 인간다운 행위를 한다고 주장한다.

벤담의 '공리주의'

벤담(Jeremy Bentham)은 1748년 영국에서 태어난 법학자이자 정치철학자이다. 그는 '공리주의'라는 철학을 창시했다. 공리주의는 '행복'을 최대화하고 '불행'을 최소화하는 것을 목표로 한다. 벤담은 '행복'을 쾌락의 총합으로 보았다. 그는 '행복'을 쾌락의 총합으로 보았다. 그는 '행복'을 쾌락의 총합으로 보았다.



"이성해 따라 도덕적 행위를 실천할 수 있게 해 인간은 존엄한 존재입니다."



"쾌락이 고통수익, 고통은 직용수익 옳은 선택입니다."

자극이 공평한 참가 기준자 뽑기

자극이 공평한 참가 기준자 뽑기. 이는 윤리적 딜레마를 해결하기 위한 방법이다. 공정한 기준을 설정하여 참가자를 선정하는 것은 중요하다. 이는 윤리적 딜레마를 해결하기 위한 방법이다. 공정한 기준을 설정하여 참가자를 선정하는 것은 중요하다.

자극이 공평한 참가 기준자 뽑기. 이는 윤리적 딜레마를 해결하기 위한 방법이다. 공정한 기준을 설정하여 참가자를 선정하는 것은 중요하다. 이는 윤리적 딜레마를 해결하기 위한 방법이다. 공정한 기준을 설정하여 참가자를 선정하는 것은 중요하다.



꼭두하는 광석채취 연구

꼭두하는 광석채취 연구. 이는 윤리적 딜레마를 해결하기 위한 방법이다. 광석채취 연구는 윤리적 딜레마를 해결하기 위한 방법이다. 광석채취 연구는 윤리적 딜레마를 해결하기 위한 방법이다.



꼭두하는 광석채취 연구. 이는 윤리적 딜레마를 해결하기 위한 방법이다. 광석채취 연구는 윤리적 딜레마를 해결하기 위한 방법이다. 광석채취 연구는 윤리적 딜레마를 해결하기 위한 방법이다.

꼭두하는 광석채취 연구. 이는 윤리적 딜레마를 해결하기 위한 방법이다. 광석채취 연구는 윤리적 딜레마를 해결하기 위한 방법이다. 광석채취 연구는 윤리적 딜레마를 해결하기 위한 방법이다.





김 서 하
kim seo ha
010.9948.0736
tjud0736@gmail.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics





NIKE IMAGE POSTER / Advertising

나이키 운동화의 매력을 돋보여주는 이미지 포스터로 두 제품의 포스터를 비슷한 컨셉으로 풀어내보았다.

리액트 엘리먼트55의 색감과 신발 밑창의 특징을 모티브로 제품의 유연성이 느껴지는 듯한 포스터를 제작하였고, 조이라이드 런 플라이니트는 비즈쿠션의 특징과 제품의 색감을 모티브로 통통튀는 듯한 탄력감이 느껴지듯이 제작하였다.





스탠딩 커피 파우치 / Package

GS편원점의 youus 커피브랜드를 '커피를 마시는 순간'의 컨셉으로 리디자인 했다.

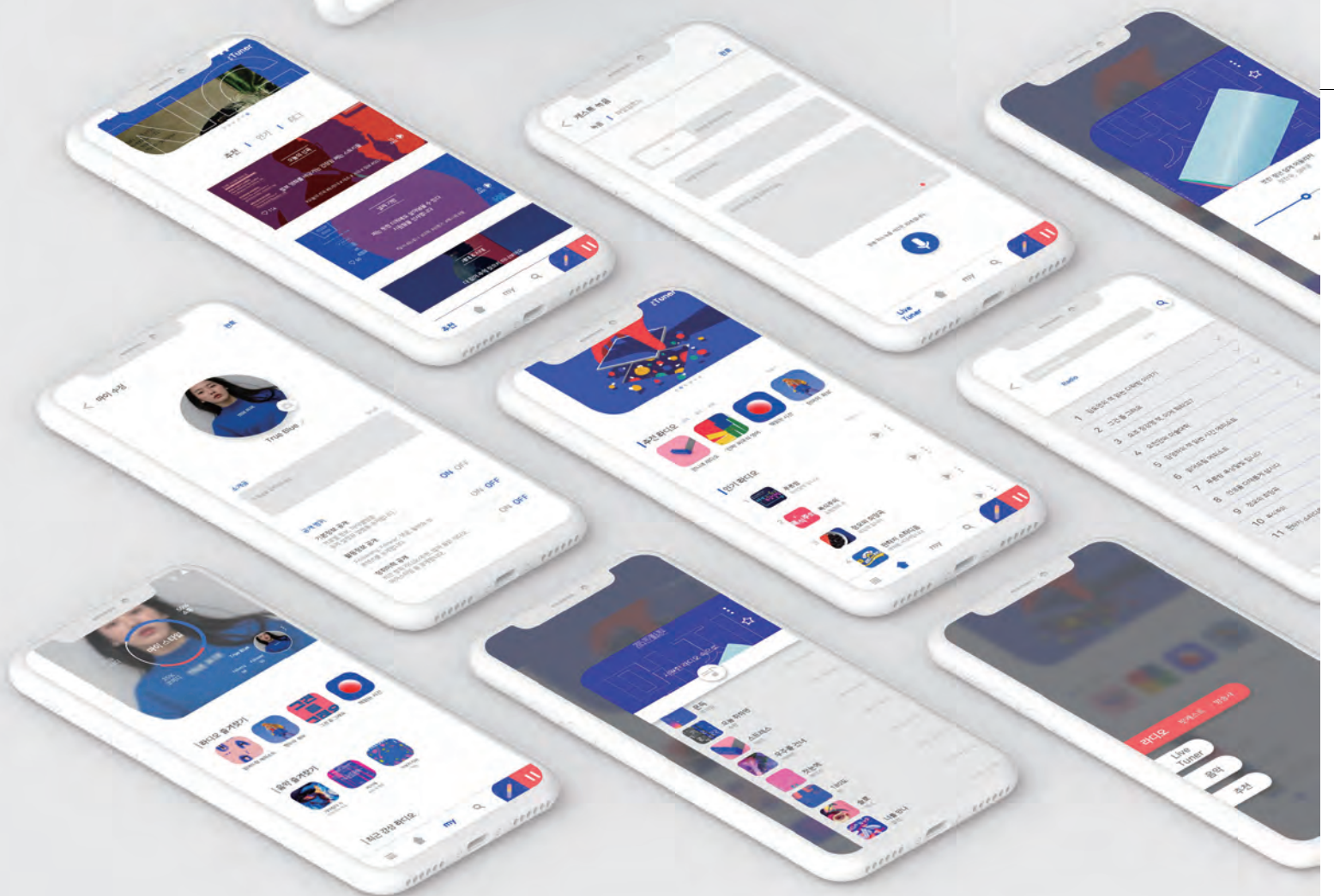
바닐라 라떼, 아메리카노, 카라멜 마키아토 세 가지 맛을 공부하는 순간, 브런치를 먹는 순간, 음악을 듣는 순간 으로 바레이션했다.





RADIO APP REDESIGN / Editorial

기존의 My Tuner 라디오 앱을 사용자가 더 편리하고 보기 좋게 쓸수있도록 리디자인 하였다.





켈로그에 감정을 담다 / Brand Identity

기분이 좋을때나 나쁠때나 켈로그와 함께 감정을 공유하고 위안을 얻자는 취지의 Emotion 콜라보 브랜딩이다.

켈로그의 K를 이용해 감정이 드러나는 얼굴 모양 로고를 제작하고 로고를 이용해 다양한 표정들을 제작했다 결과물들을 모티브로 브랜드 아트웍을 만들어 어플리케이션에 응용했다.





Kellogg's



Application

- Minivan
- Note
- Shopping bag
- Airpod
- Shoes
- umbrella
- Water



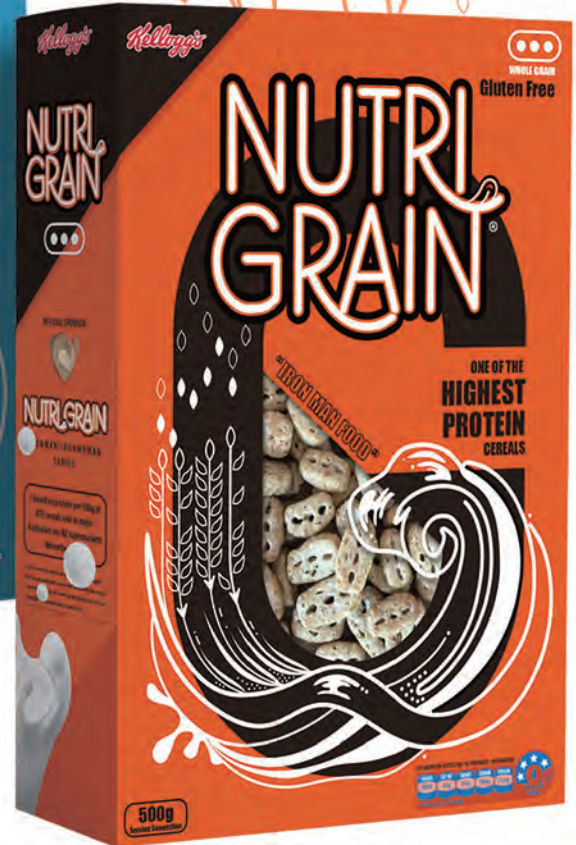
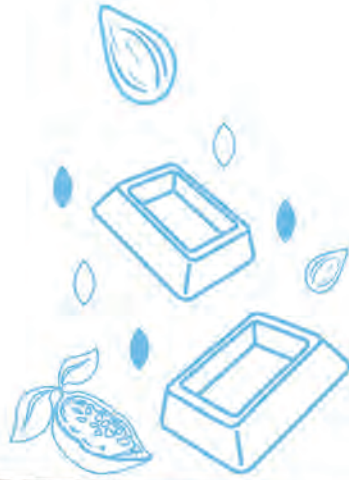


송효민
 Song Hyo Min
 010.5115.4451
 hyo4451@naver.com

advertising
 package

editorial
 brand identity

motion graphics



PACKAGE

프로틴 시리얼의 제한적인 구매층을 확대하고자 역동적인 일러스트와 컬러를 활용하여 시선을 사로잡는 디자인을 했다. 메인 이미지의 파도가 마치 사람의 팔근육처럼 보이도록 건강이라는 스토리텔링을 담았다



EDITORIAL
cereal leaflet

시리얼 디저트 레시피를 소개하는 리플렛을 제작했다



PACKAGE

FOOD SHAKE 5 FLAVOR

제품명 자체를 캐릭터화하여 보는 재미와 먹는 재미를 동시에 느낄 수 있도록 디자인했다.





ADVERTISING

ADVERTISING
NIKE BEAR



ADVERTISING

ADVERTISING
NIKE EAGLE

BRAND IDENTITY





오승희
Oh Seung Hee
010.7257.1180
cinnamon_96@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics

brand identity

ISLMT
I Still Love My Tears



나는 그래도 내 눈물을 사랑해

눈물은 내면의 거울이라는 타이틀을 가지고 브랜딩을 제작했다. 눈물을 흘리는 것은 통상적으로 연약하며 부정적 감정들의 표상으로 비춰지지만 극도로 행복하게 되면 눈물이 나오는 것을 보았을 때, 눈물은 극한 긍정적 감정의 표상이기도 함을 보여준다. 타인이 보는 내 눈물들이 부정적이고 연약해 보일지언정 나는 내 [눈물]을 '사랑'할 수 밖에 없고, 나는 연약한 나의 [내면]을 '사랑'한다.







I STILL LOVE MY TEAR



안식을 찾아

package

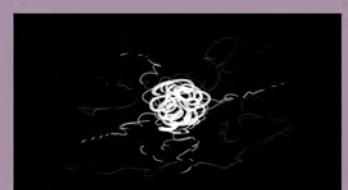
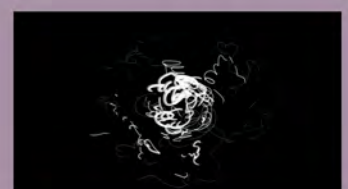
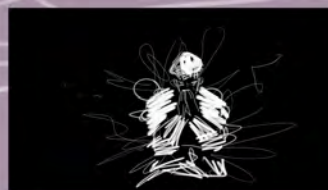
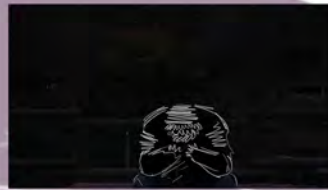


SCENTEAR

SCENTEAR

지친 몸과 마음을 치유해주는 아로마 힐링을 바탕으로한 바디&디퓨저 브랜드이다. 우울하고 무기력하고 불안할 때 효과가 있는 6가지의 아로마 허브를 바탕으로 제작된 디퓨저다.

motion graphics



The Moon Song

영화 [HER]이 가졌던 영상미의 느낌과 감정, 이야기의 흐름과 모션그래픽을 넣어 본인만의 스토리와 무드로 재해석한 영화 [HER] OST Concept M/V 제작



김다영
Kim Da Young
010.2284.9067
pinky2226@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics



**brand identity -
DUNKIN'S DOUNUTS X VACANCE FESTIVAL**

도넛을 상상해보면 가장 먼저 떠오르는건 가운데에 구멍이 뚫린 빵일 것이다. 그 모습은 마치 수영할때 사용하는 튜브와 비슷하다. 여기까지 생각하다보니 해변에서 도넛을 먹으면서 도넛모양 튜브를 타는 모습이 상상되었다. 게다가 도넛츠를 파는 푸드트럭이 하나여름의 해변에 찾아와 사람들에게 커피와 도넛을 판다면 얼마나 재밌을까? 하는 마음에 시작되었다. 던킨도넛츠라는 도넛 대표회사를 빅브랜드로 잡아 바캉스의 분위기를 연출하여 금방이라도 여름휴가를 떠나고 싶게 디자인 하였다.





바캉스 필수템들을 디자인했다.



던킨도너츠를 해변에서 팔 수 있는 푸드트럭을 디자인했다.



WANNA EXERCISE WITH ME?



advertising - Dr.You 에너지바
운동 전후에 섭취하면 근육을 키운데에 도움이
되는 Dr.You의 에너지바를 운동기구와 결합하
여 에너지바가 운동에 도움이 된다는 것이 한눈
에 보이도록 표현했다.



WANNA EXERCISE WITH ME?



WANNA EXERCISE WITH ME?



Chunho Ncare

package - HEALTHY DRINKS, VITAMIN FOR KIDS

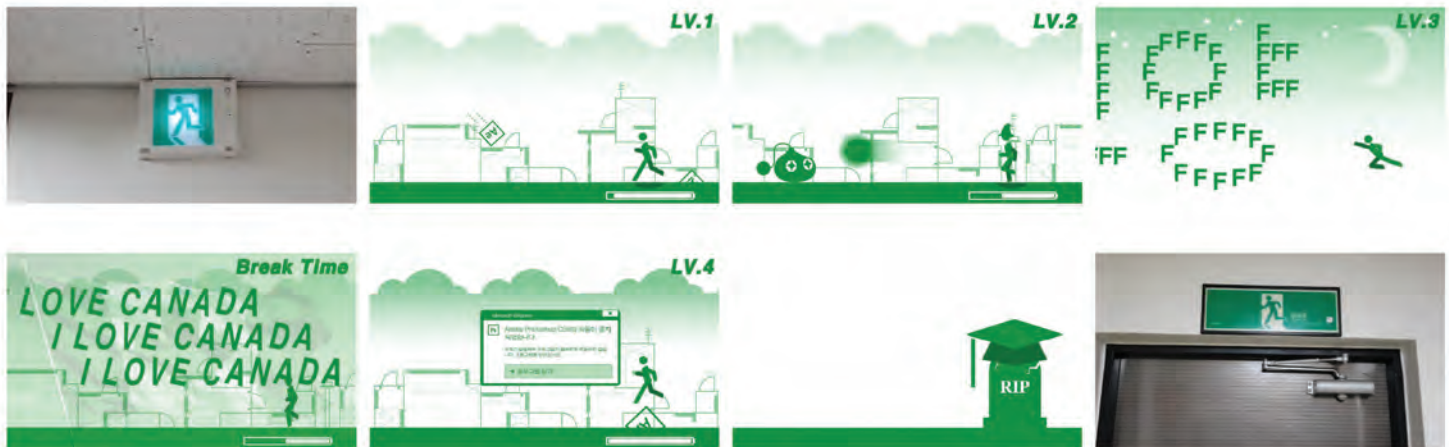
건강식품 전문기업 천호엔케어의 건강음료와 비타민 영양제 최근 새로 나온 음료인 웰스 시리즈는 기존에 아이콘으로 표현한 디자인과 다르게 일러스트 느낌으로 색다르게 리디자인 해보았고, 비타민제는 타켓층을 낮춰 어린이의 눈높이에 맞추어 알파벳을 귀여운 동물로 디자인하였다.



나의 비상구
MY EXIT

motion graphics - MY EXIT

어느 대학의 시각디자인과 4학년, 친구들과 밤새 전공실에서 과제를 하던중 문득 비상구와 눈이 마주쳤다. 따라들어간 비상구 속에서 탈출하기 위해 계속 달리지만 끝이 보이지 않고... 결국 탈출(졸업)에 성공하지만 다른 앞날이 기다리고 있다.





이 채 은
Leechaeun
010.9832.7759
codmsdl9832@nate.com

advertising
package design

editorial
brand identity

motion graphic

ADVERTISING

Sally Hansen



Miracle Nail Thickener

SALLY HANSEN MIRACLE NAIL THICKENER

손톱영양제로 인하여 손톱이 단단해져 손톱깎이가 손톱을 깎지 못하고 오히려 부서져 버렸다는 메시지로 제품의 장점을 극과장하여 만들었다.



WAX STRLPS

BODY NATUR WAX STRLPS

제품의 장점을 보여주기 위해 사람의 털을 키위의 털에 비유하여 표현 하였으며 속살에 자극이나 상처 없이 털만 깔끔하게 뽑아낼 수 있다는 메시지를 담았다.

BRAND IDANTITY



SUMMER WITH FILA

필라와 함께 하는 여름을 주제로 여름 밤 핫한 곳에서 자주 볼 수 있는 네온사인을 가지고 여름 속의 시원함과 더불어 핫한 열기, 열정을 표현하였다. 그리고 브랜드 포스터를 이용하여 간판, 옷, 모자, 가방등 여름 아이템을 만들었다.



SUMMER WITH FILA

SUMMER WITH FILA



SUMMER WITH FILA



SUMMER WITH FILA



PACKAGE DESIGN SQUEEZED JUICE

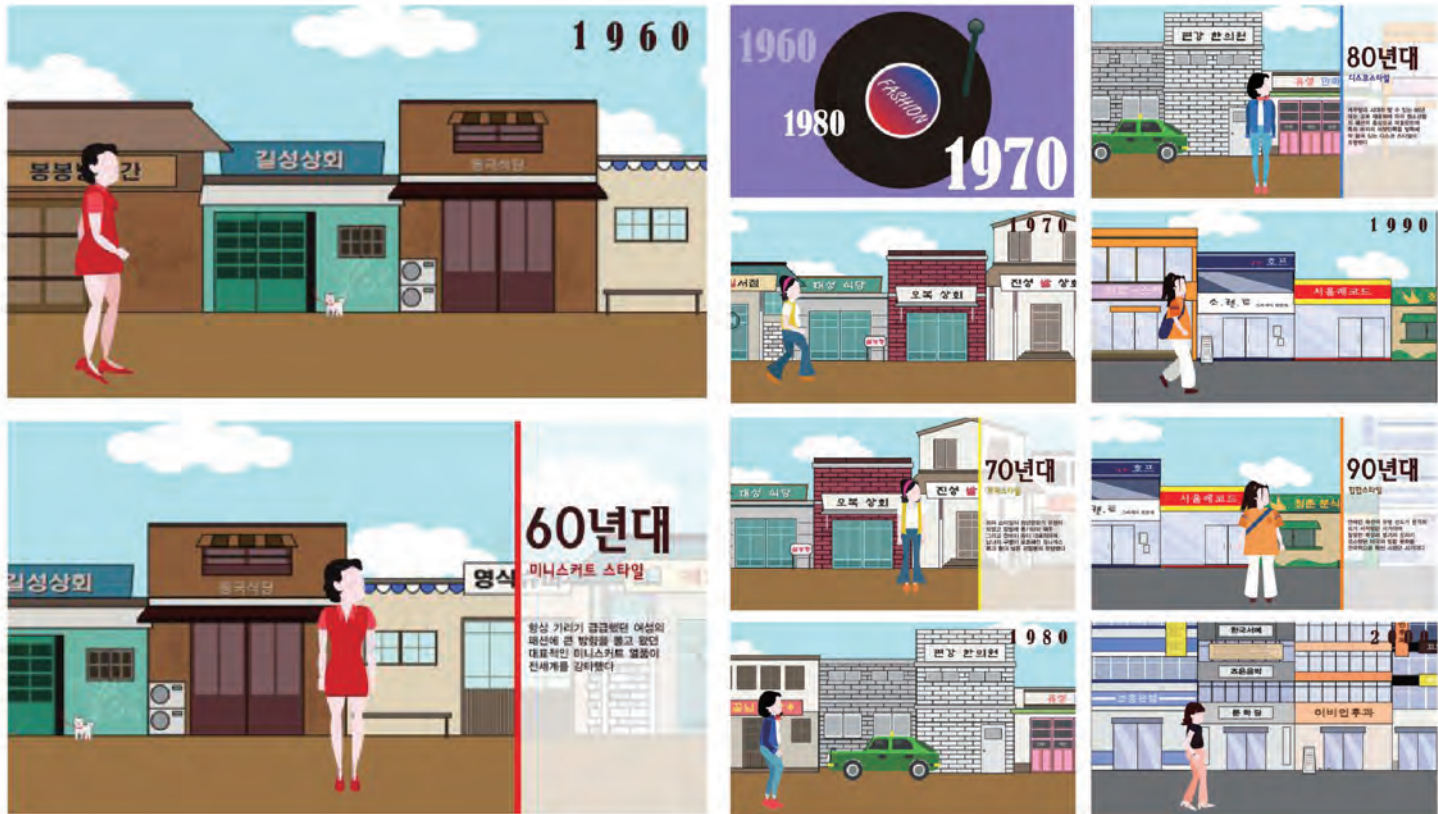
과일주스의 '가볍지만 건강을 챙길 수 있는 것' 을 장점으로 잡아 이를 가벼운 동작속에 힘이 느껴지는 발레와 접목시키고 간단한 일러스트와 라인을 이용하여 발레리나의 치마를 과일로 표현해 자연스럽게 한 일러스트가 되도록 만들었다.



MOTION GRAPHIC

시대별 패션

우리나라의 건물, 패션(옷, 헤어스타일 등) 음악분위기의 정보를 1960, 1970, 1980, 1990, 2000 의 시대별로 알려주는 모션 그래픽이다.



EDITORIAL

IRONMAN INFOGRAPHICS

아이언맨을 주제로 아이언맨이 나왔던 영화, 영화의 내용, 영화속 입었던 슈트, 아이언맨과 싸웠던 인물, 무기이름과 이미지 기능을 책으로 만들었으며 부드럽고 따뜻한 이미지보다 기계적이고 전문적인 느낌을 살리고자 하였다.

또 책의 테두리를 네모의형식에서 벗어나 얇힌 책을 보았을 때 아이언맨의 얼굴을 형상시키고자 책의 형태를 변형시켰다.





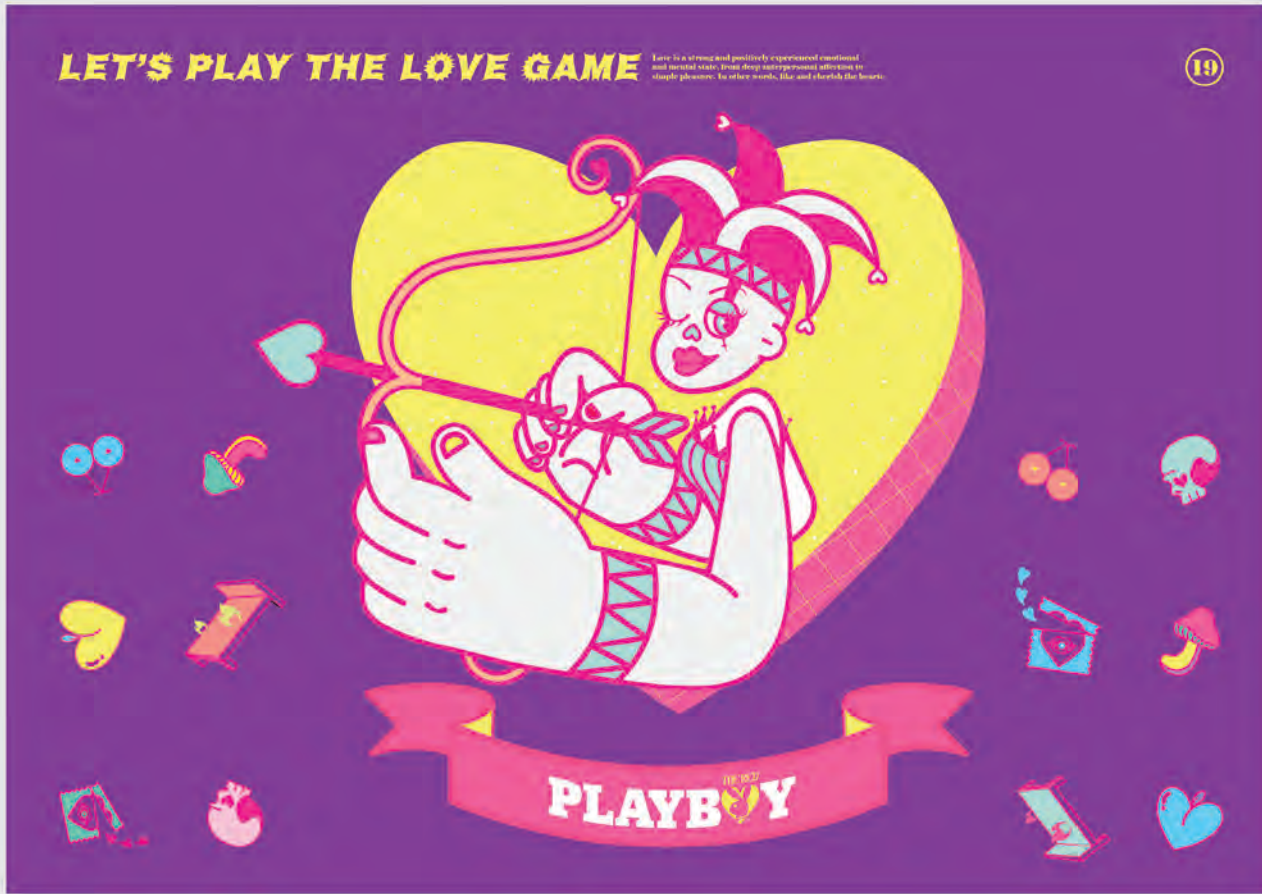
최혜진
Choi hye jin
010.3679.2909
tkwk8269@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics





THE RED PACKAGE DESIGN

플레이보이 더레드는 플레이카드와 러브게임을 합친 질문, 행동카드와 방어, 공격카드, 조커카드 등 원카드의 방식에서 변형시킨 19금 러브카드게임이다. 컬러는 핑한 레드, 블랙, 옐로우, 민트 컬러를 주색으로 사용했다. "사랑하는 사람과 신나고 재미있게 서로를 알아가자"라는 브랜드 슬로건과 어울리게 기존카드에서 좀더 통통 튀어보일수있도록 하트를 변형시켜 일러스트를 활용했다.





Red Apple
Korean text

Red Apple
Korean text

Yellow character
Korean text

Yellow character
Korean text

Yellow character
Korean text

Yellow character
Korean text

Yellow character
Korean text

Yellow character
Korean text

Yellow character
Korean text

Yellow character
Korean text



THE RED IDENTITY DESIGN

PLAY BOY THE RED는 "FUN & ENJOY LOVE"을 슬로건으로 하여 성은 이상하고 숨겨야 할 것이 아닌 즐겁게 즐기수있다는것을 말한다. 브랜드 아이덴티티로는 하트를 전체적인 컨셉에 활용하였다. 레드색상을 포인트로 경해 통통튀는 색을 위주로 사용하였다. 19세 이상이면 모두가 즐길수있는 브랜드이며, 호텔,모델의 일회용품,관동 등을 옥업하여 제작하였다.



PLAYBOY THE RED

요즘 성에 대한 인식이 많이 바뀌어 개방형 성인심이 많이 생기고있다. 성인란 제일 가깝고도 멀지만 남녀사이에 쉽게 거리를 좁히지 못한다. 눈치보지않고 서로를 더알아가면 어떨까? 라는 취지에 시작하였다. 레드 는 열정,사랑을 떠올리는데 강렬하면서도 그안 에 사랑을 내포하는 의미가 담겨있는거같아 플레이보이와 레드를 합쳤다.

EDITORIAL DESIGN

상상 그 이상은 더 레드 카드게임을 이용하기전 남녀가 가장먼저 알아야할 남자와 여자의 기본적인 성지식을 귀여운일러스트를 이용하여 제작하였다. 이 책은 남녀기 서로에 대해 잘 모르고 오해하는 부분을 재밌게 알아보고자 책을 구성하였다.





유성철
 You seong cheol
 010.6888.9268
 dosi9268@naver.com

advertising
 package

editorial
 brand identity

media graphic

VANS X BADDIE ART POSTER

일러스트를 이용하여 고양이를 사람처럼 표현하여 자유로운 영혼의 고양이의 일탈하는 다양한 모습들을 표현하였다. 도심가를 누비며 보드를 즐기는 고양이와, '루프탑핑'이라는 외국에서 유명한 고층건물 위에서 자유를 즐기는 놀이를 고양이가 즐기는 모습을 표현하였다.





READDIE
VANS
off the wall



Baddie VANS!

VANS에 자유롭고 일탈을 일삼는 길고양이의 다양한 포즈들을 마치 악동으로 표현하여 VANS X BADDIE 라는 이름을 탄생시켰다. 보드를 타고 있는 포즈를 다양하게 일러스트로 표현하였다. 가끔 악동처럼 무섭게 변하지만, 개구쟁이같은 모습을 보이는 사고뭉치이다. 이런 재치있는 일러스트를 활용하여 VANS BADDIE EDITION을 진행하였다.





VANS X BADDIE IDENTITY

반스의 대표적인 패턴인 오목패턴에 컬러를 넣어 직접 작업한 일러스트를 보드, 그래피티 등의 다양한 이미지를 이용하여 옷, 카드, 모자, 배지, 컵, 핸드폰 케이스, 옷 태그와 같은 어플리케이션에 목업을 진행하였다.



VANS X BADDIE PACKAGE 1

자유로운 영혼으로 일탈을 일삼는 종잡을 수 없는 길고양이를 익살스러운 표정과 포즈를 일러스트로 이용하여 VANS 브랜드에 BADDIE (버릇없는, 못된)이라는 단어를 합성하여 새로운 에디션을 제작하였다. 다소 무서움을 줄 수 있는 고양이의 얼굴, 그리고 장난꾸러기 같은 악동고양이의 다양한 포즈를 패키지 디자인에 사용하였다.



EDITORIAL DESIGN

아직까지 미스터리로 남아 있는 붉은 행성 '화성'의 비밀을 파헤치고, 화성에 대한 여러가지 내용들을 담은 우주 레포트 편집작품이다.





고유리
 Go yu ri
 010.8345.4288
 sksflsldi123@gmail.com

advertising
 package

editorial
 brand identity

motion graphics



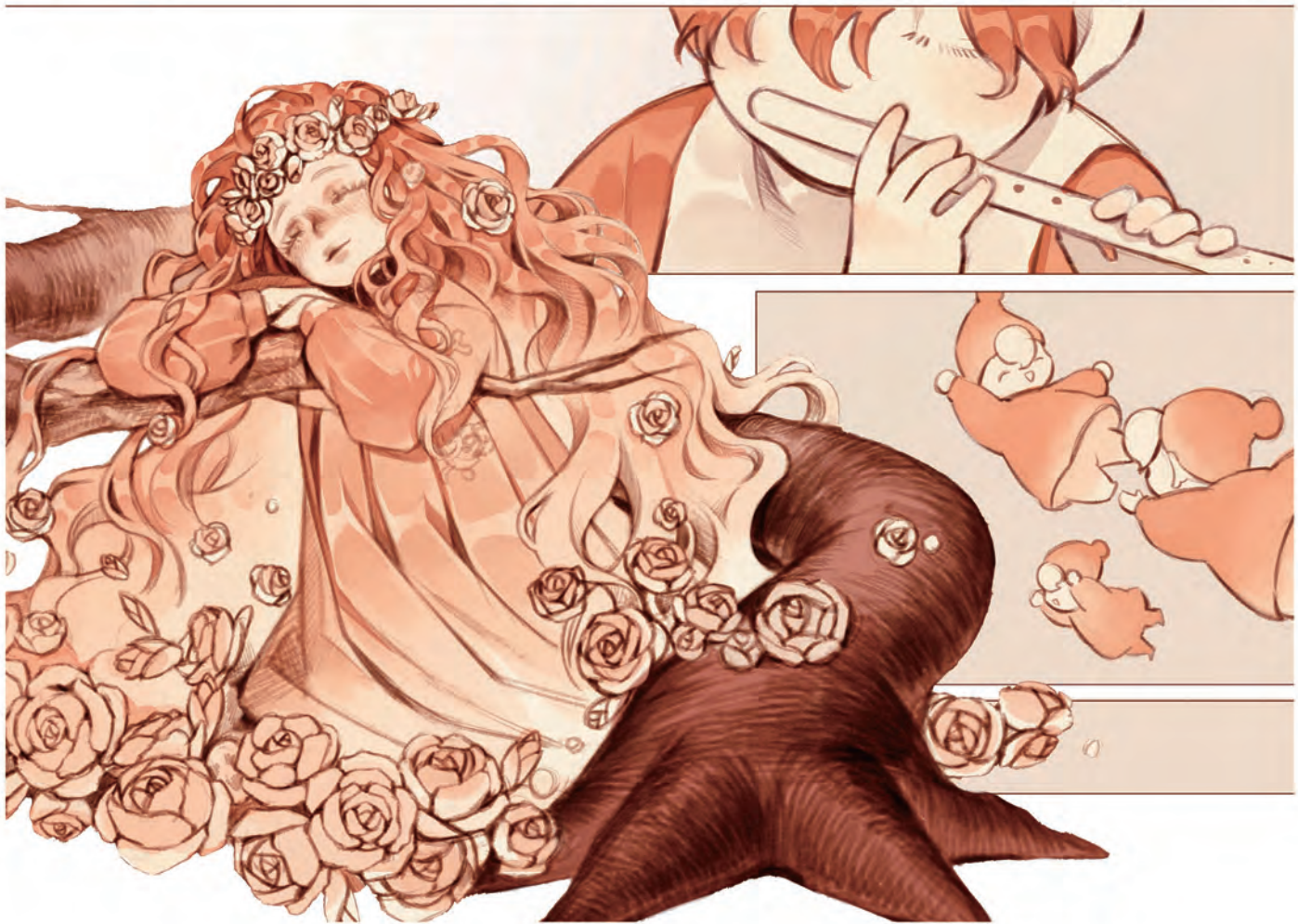
밤부베에 딤슬림에디션은 아기용품 전문브랜드 밤부베에와 수면이라는 주제로 콜라보한 아기전용 수면용품 키트 브랜드입니다.
면이불, 모빌, 애착 인형 등. 아기의 수면에 꼭 필요한 용품들을 아기자기하고 따뜻한 감성의 일러스트와 함께 만나보세요.







Lullaby and
good night





패키지디자인은 밤부베베 딥슬립 에디션에 포함된 베이비 파우더 디자인으로 기존 일러스트를 파스텔톤으로 입혀 베이비 파우더의 부드러운 느낌을 표현했습니다





최은서
Choi eun seo
010.8296.5709
choies96@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics

ADVERTISING

THE 1ST SYMPOSIUM
ESCAPE PLANET



Hongik Daehangno Artcenter
2019.10.11-13

B.[symposium poster]
'escape planet'의 심포지
엄포스터

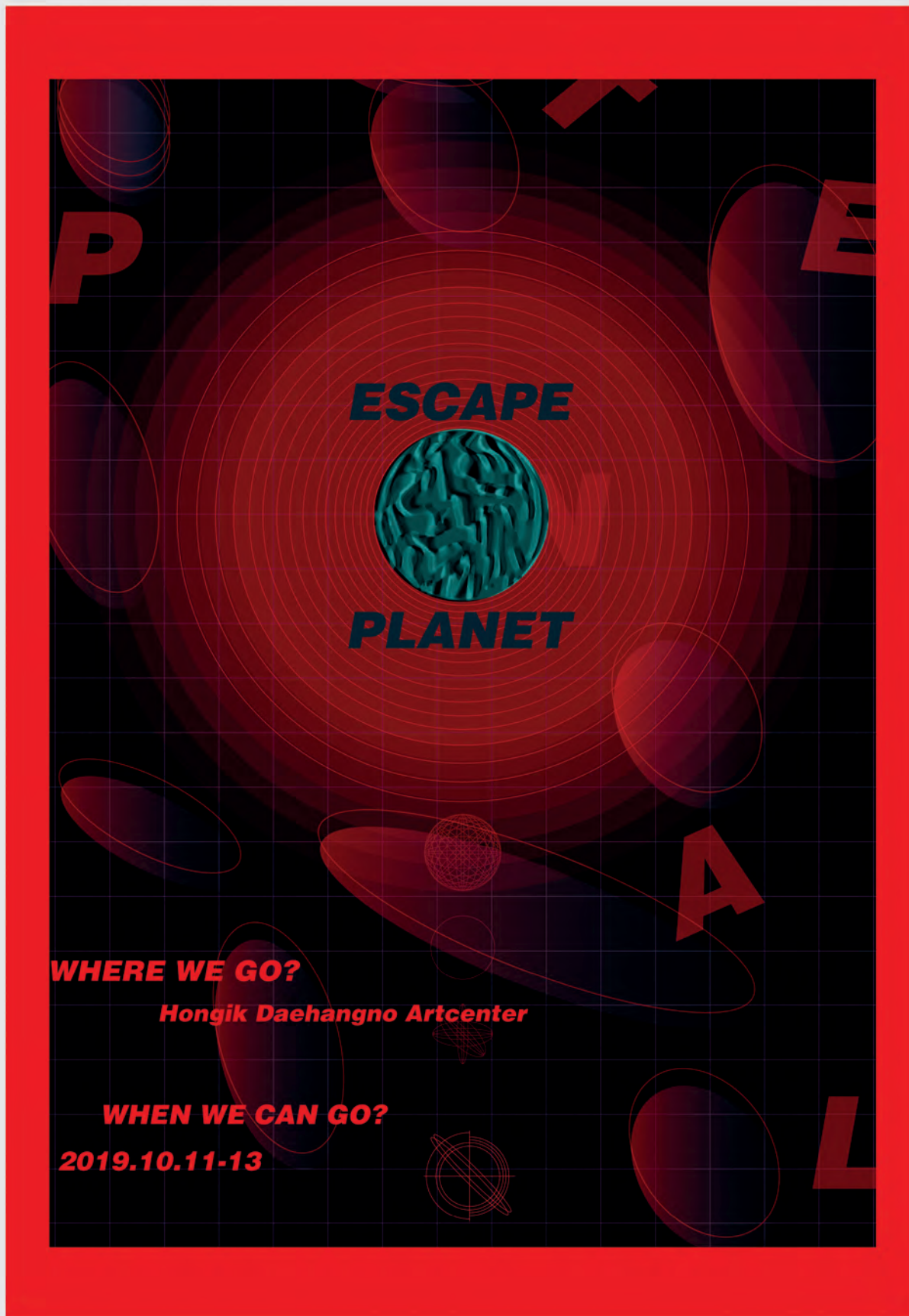
*도형들과 선들로 이루어진
목적성을 가진
세미나포스터



A.[the planet:warning]

'escape planet'의 브랜드이미지포스터

*red&dark green / 탈출의 이미지를
색감과 불규칙한 도형과 글자들의
레이아웃으로 표현



Brand identity



ESCAPE



PLANET

[ESCAPE PLANET]

이 행성을 탈출하자!

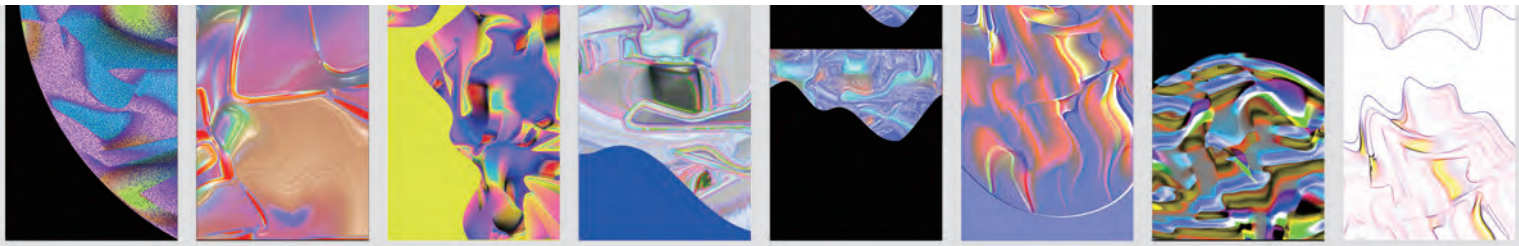
행성은 현대인들의 반복되는 일상을 뜻하고 즉 행성을 탈출하자는 것은 일상을 벗어나겠다는 의미로 이어진다

[기획의도]

현실세계의 우리는 반복되는 삶 안에서 무료함을 느끼고 탈피함으로써 반복되는 관념과 사고방식을 벗어나 새로움을 느끼게 되어 삶의 환기가 목적







PACKAGE

[ALIEN VIBE]

행성의 모습을 가지고 비주얼 작업을 진행
 *행성의 외양 텍스처의 특징 중 다양한 색감과
 생경한 분위기를 자아내는 텍스처를 표현하였다



MOTION GRAPHICS

데페이즈망[depaysement] '환경의 변화'

주제
:[현실에서의 탈피에 의한 괴리감과 이질감]

장르
:[mv / 단편영화]

음악
:[FKA twigs - Figure 8](inst)

영상길이
:[02:30]

영상포맷
:[mp4,avi/1980*]

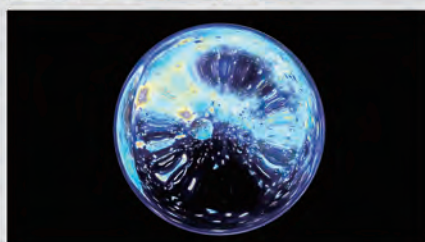
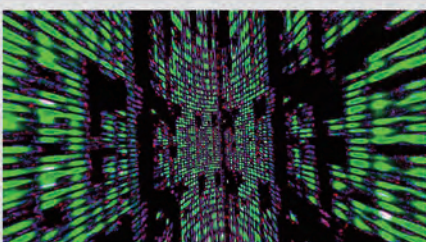
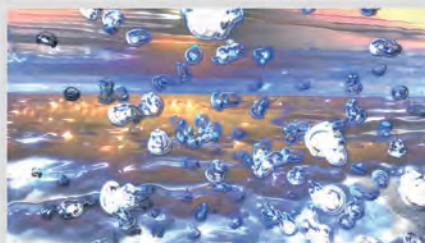
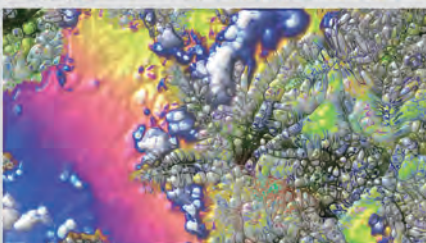
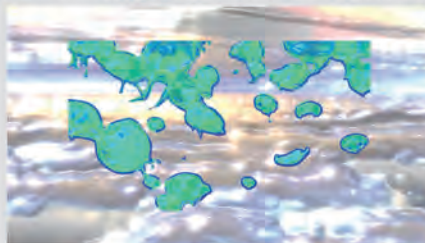
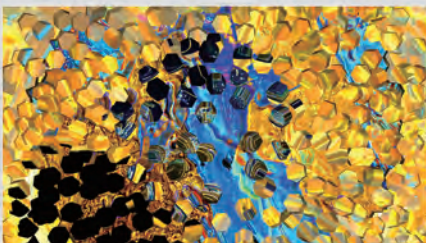
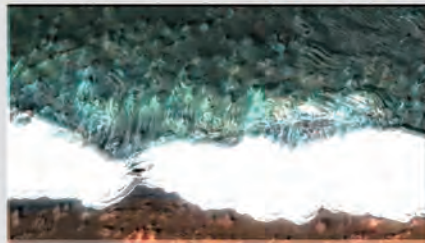
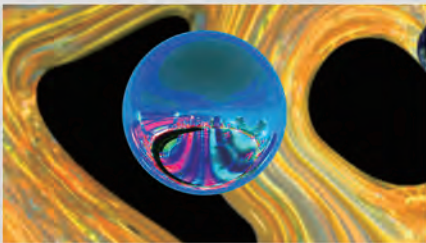
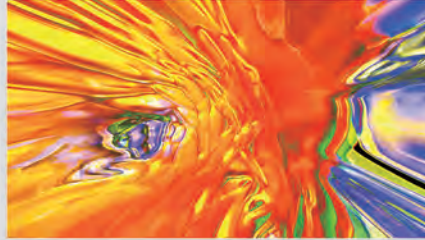
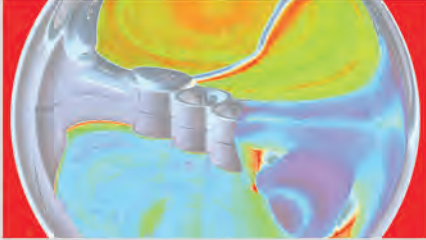
줄거리

:현실의 얽매임에서 벗어나 이세계를 찾고
이세계의 안에서 가장 이질적인 것을 찾는 내용

시놉시스

:현실세계의 반복안에서 무료함을 느끼는 우리
무료함과 함께 우리의 관념과 사고방식 또한 반
복되는데 이러한 생각의 반복을 탈피를 바라는
찰나 새로운 이세계로 향하게 된다

우리가 이세계에서 가장 먼저 느끼게 될 감정은
이질감, 후에 찾아오는 자유로움과 두려움, 자유
를 가져다 주는 괴리감과 이질감을 스스로 찾아
나서게 된다





김정인
Kim jeong in
010.6691.8766
jeongin8766@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics

Slow down and enjoy life.



Slow down and enjoy life.



Maxim
KANU 

Advertising Design

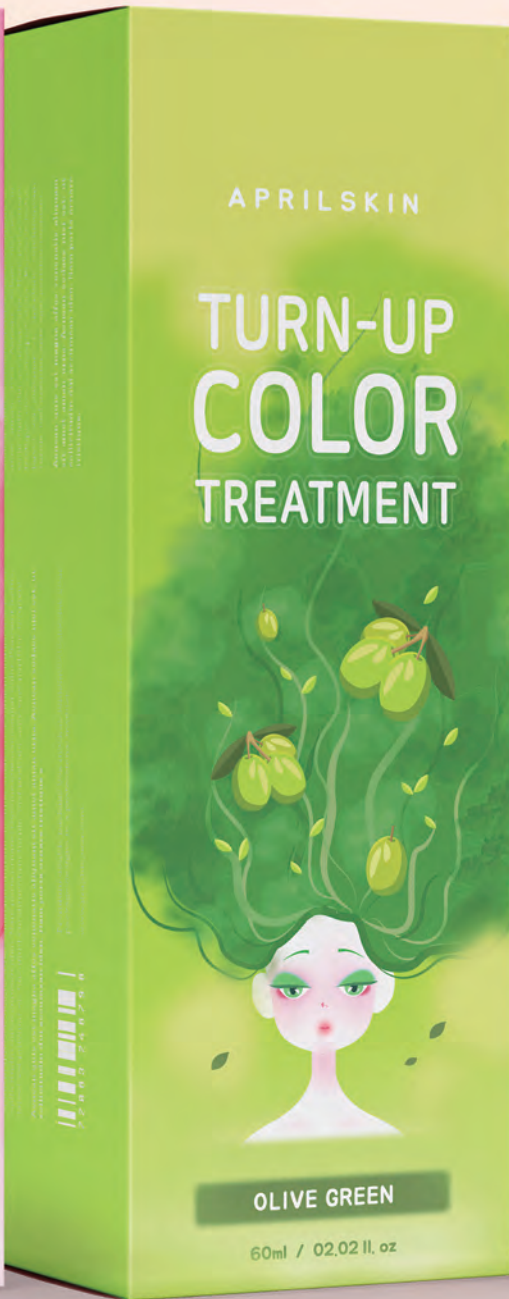
바쁜 일상에서 잠깐의 휴식은 필수. 잠시 하던 일은 일시정지하고 카누 한잔 어떨까요?

MINIMILIFE

각각의 캐릭터들은 일상에서 쉽게 접할 수 있는 사물들을 모티브로 만들어진 표정캐릭터들이다. 웃는 표정, 졸린 표정, 슬픈 표정, 무표정 등 다양한 우리 일상의 모습을 그대로 보여주는 모습에 괜시리 미소를 자아낸다. 다양하고 알록달록한 색감이지만 과한 느낌이 들지 않도록 작업했다.







Package Design

이미 내 머리는 푸석푸석, 그렇지만 질린다면? 빠르게 헤어 컬러를 바꿀 수 있는 컬러 트리트먼트를 사용해보자. 컬러 트리트먼트 제품 중에 인기가 많은 '에이프릴스킨 턴업 컬러트리트먼트' 제품을 리디자인 하였다. 아름다운 헤어를 가진 소녀를 대표 캐릭터 삼아 각각 컬러에 맞는 열매 또는 상징을 넣어 제품의 특징을 강조하였다.





이정훈
 Lee jeong hun
 010.5181.2155
 wjgns2155@naver.com

advertising
 package

editorial
 brand identity

motion graphics



Brand identity

지금 이 순간 듣고싶은 음악이 있으신가요? 뮤직램프의 요정 지니와 함께하는 LAMP 뮤직 페스티벌에 당신을 초대합니다! 모든 악기를 뛰어난 솜씨로 연주하고, 절대 음감을 가지고 있어, 섬세한 음악을 사랑하는 뮤직 램프요정 지니는, 대규모 뮤직 페스티벌 LAMP의 마스코트로서, 축제의 브랜드 아이덴티티를 대표합니다. 때로는 열기적이고 때로는 진지한 모습의 이 캐릭터는, 시시각각 빠르게 변화하며 매력적인 음색으로 사람들의 귀를 사로잡는 여러 장르의 아름다운 음악들을 상징합니다.





OCTOBER 11th 2019



음악, 설레임!
지니뮤직 **genie**





Advertising

LAMP 뮤직페스티벌의 신나는 분위기를 물씬 내는 포스터로 표현하였다. 포스터만 보아도 축제 현장에 있는 듯한 웅장한 느낌을 내려고 시도해보았다.

Package design



대표적인 수입 라거맥주 브랜드 하이네켄이 램프 뮤직페스티벌에 찾아 왔다. 축제 현장에서만 구매할 수 있는 특별한 리미티드 에디션 '하이네켄 x 램프' 맥주 캔 패키지 디자인이다. 각각의 음악 장르를 자신만의 감성으로 열심히 표현하고 있는 지니캐릭터들은, 사람들로 하여금 축제의 신나는 분위기를 느낄 수 있게 해준다. 에디션은 총 10가지 종류로, 왼쪽부터 순서대로 레전더리 밥말리, 락스타, 프리미엄 라이트, 레전더리 프레디, 프리미엄 라거, 다크 라거, 심포니, 퍼펙트 드림, 매그넘, 소울풀 모히또 등의 디자인이 있다.



Motion graphics

음악을 주제로 한 직접 제작한 노래로 다양한 촬영 기법을 사용하여 뮤직비디오를 제작하였다.





이한진
Lee han jin
010.4923.0871
o3o994@mail.com

advertising
package

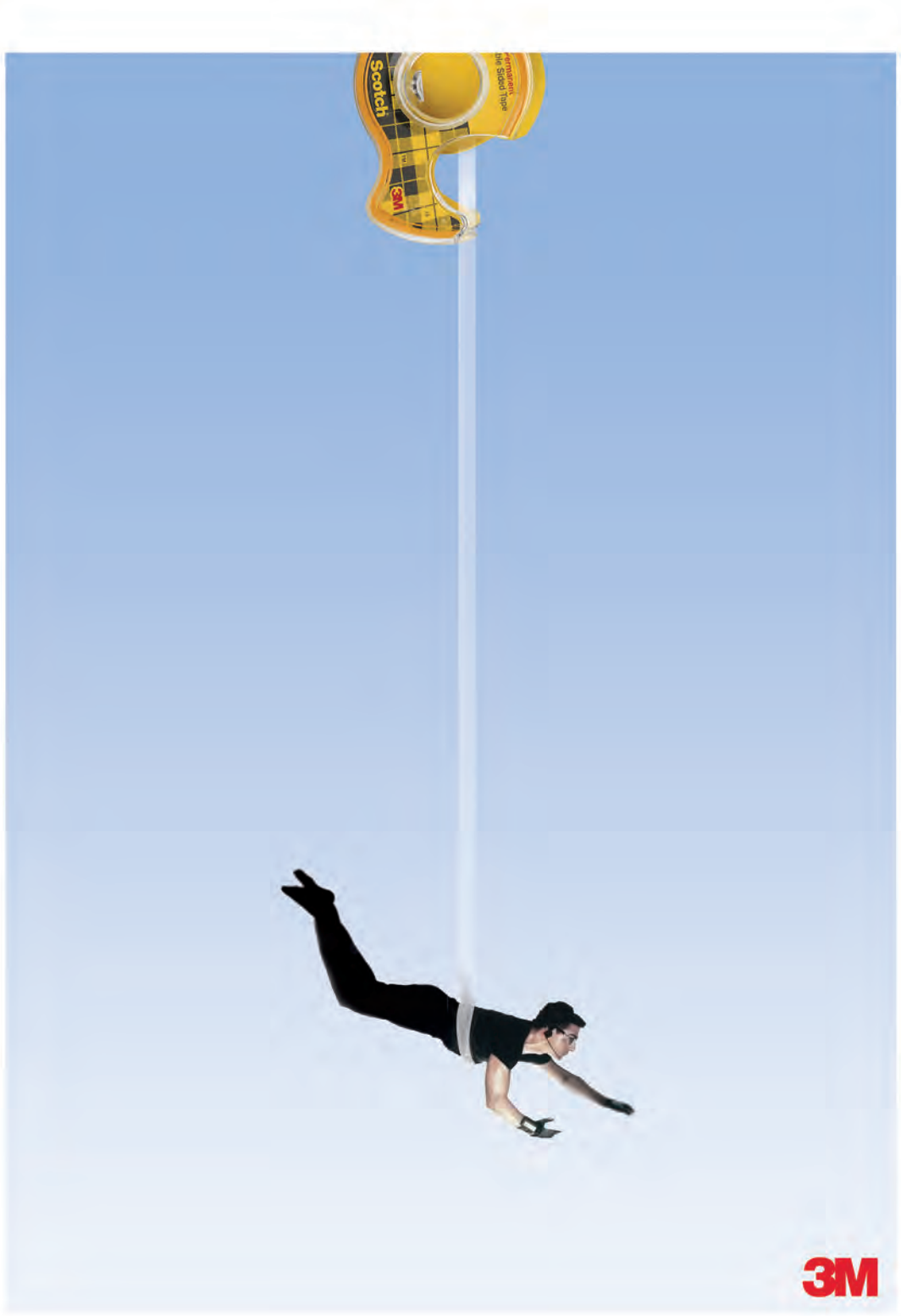
editorial
brand identity

motion graphics



Advertising

3M사의 양면테이프를 같은극의 자석과 영화 미션임파서블 속 장면을 패러디하여 제품의 강력한 접착력을 두 가지 시리즈로 표현했다.

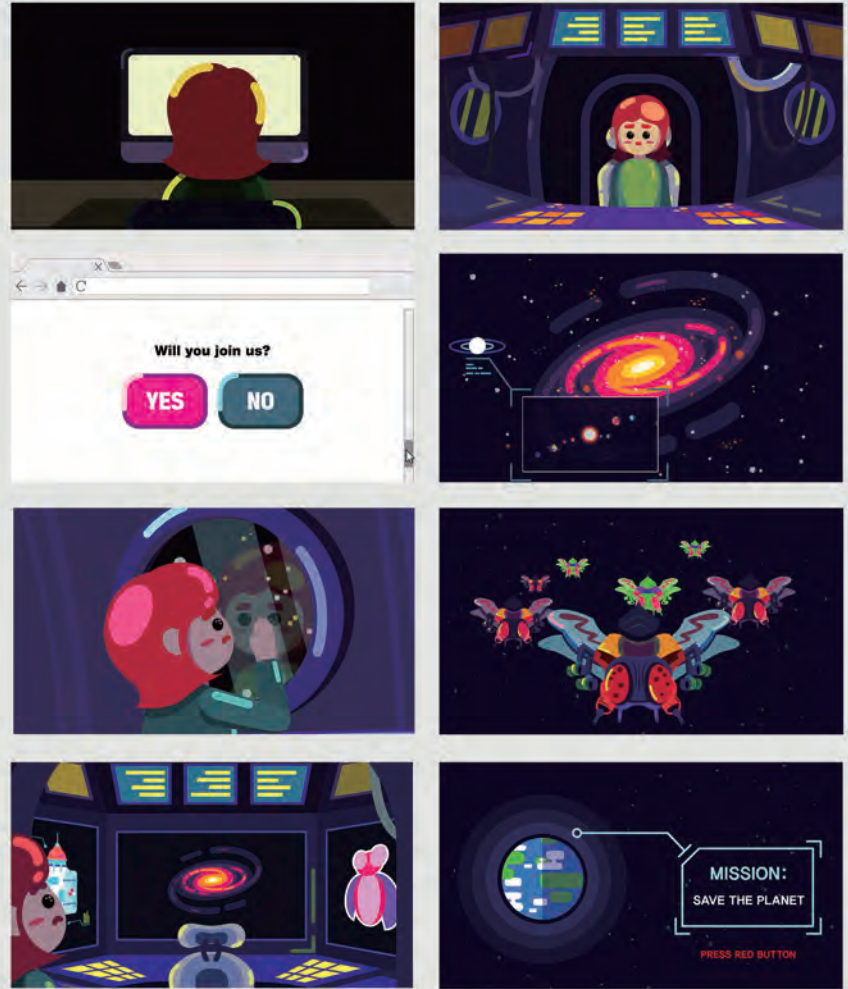


3M



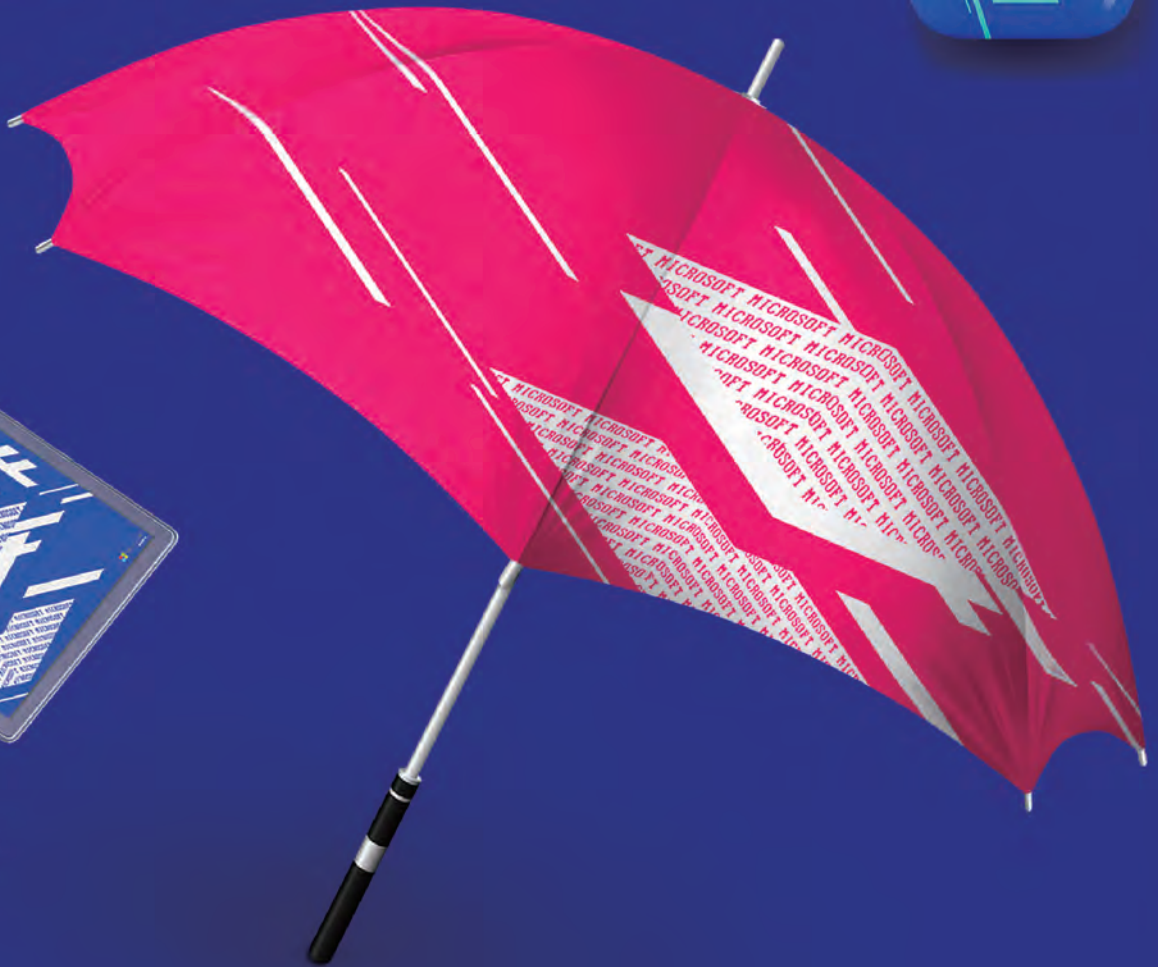
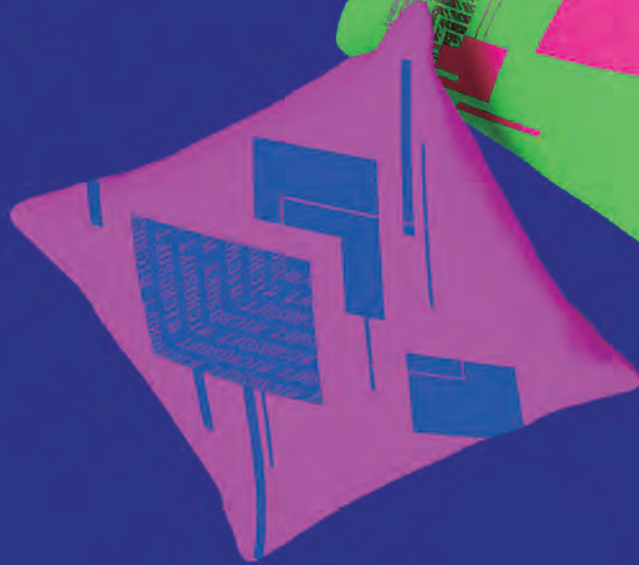
Package

STUDIO RGB는 RGBWAVE 브랜딩의 연장선으로, 컬러 크레용, 컬러 펜슬, 컬러 펜 패키지이다. RGB가 각각 의미하는 레드, 블루, 그린을 메인컬러로 정하고 사용했으며, 윈도우 창이 겹쳐질 때 생기는 공간감을 표현했다. 패키지 앞면에 실제 상품이 잘보일 수 있도록 제작했다.



Motion Graphics

고전 우주 슈팅게임인 갤럭시의 게임 인트로로 우주에 관심이 많은 한 소녀가 인터넷에서 갤럭시라는 은하를 찾다가 알 수 없는 힘에 이끌려 우주로 가게된다. 정체 불명의 우주선에 탑승한 소녀는 외계인들로부터 한 행성을 지켜내라는 임무를 받게된다.



Brand Identity

RGBWAVE는 소프트웨어 브랜드 마이크로소프트와 일렉트로닉 댄스뮤직 페스티벌을 접목시킨 브랜드이다. EDM과 누구나 한번쯤은 사용해 보았을 윈도우즈 운영체제는 전자기기를 이용한 것이라는 공통점이 있다. 때문에 디스플레이 색상인 RGB 컬러를 최대한 재현하고자 하였고, 마이크로소프트 로고와 윈도우즈 운영체제 속 사각형 틀을 사용하여 브랜드의 아이덴티티를 형상화하고자 하였다.





김성찬
Kim sung chan
010.2740.9401
solo_chan2@naver.com

advertising
motion graphics

brand identity
editorial

package



니심 패스트 샴푸 광고

이슬람의 중동 여성이 두른 니캅(niqab)의 재질을 머리카락으로 묘사하여 니심 패스트 샴푸를 사용하였을 때 머리카락을 돌려 니캅 대신으로 사용할 만큼 머리카락이 빨리 자란다는 것을 극과장으로 표현한 니심 패스트 샴푸 제품 광고이다.



질레트 플렉스볼 면도기 광고

공기가 가득 들어 금방이라도 터질 듯한 풍선의 겉면도 얇게 깎아낼 수 있을 만큼
정밀한 면도가 가능하다는 의미의 질레트 플렉스볼 면도기 제품 광고이다.



JUST MAKE IT

NIKE X JATURI

WE CAN MAKE EVERYTHING
FROM EVERYTHING





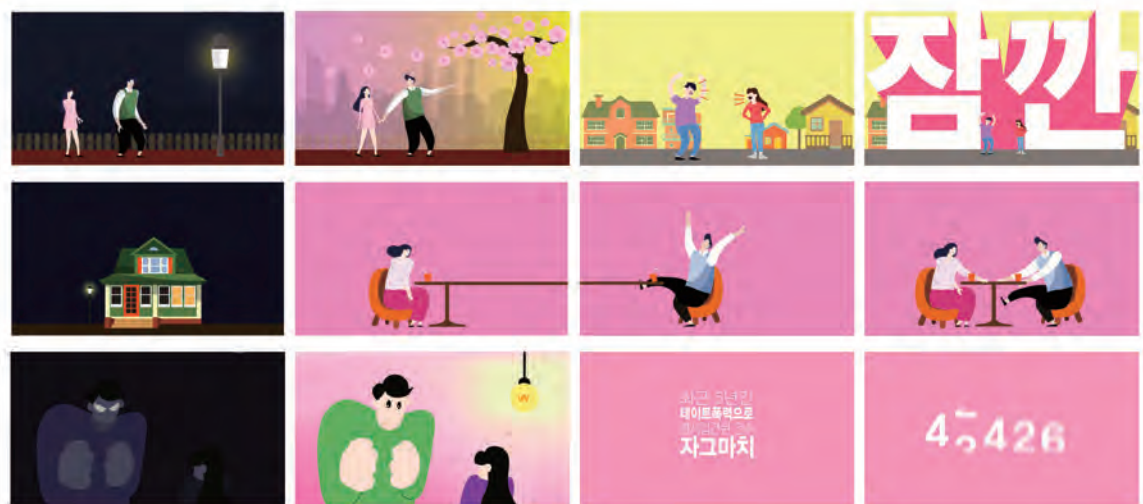
자투리란 천 또는 다 사용하고 버려진 다른 재료들을 리사이클하여 새로운 제품을 창조하는 프로젝트이며, 쓰고 남아서 버려지는 모든 재료들의 폐기 과정에서 생길 수 밖에 없는 폐기 처리 비용과 환경오염 등 여러가지 사회적 문제를 완화하는 목적을 가지고 있다. 나이키와 콜라보를 하게된 자투리 x 나이키는 공장에서 대량으로 생산되는 것이 아닌 쓰고 남은 재료들을 사용하여 항상 새로운 색감과 디자인을 창조하기 때문에 대량으로 생산된 똑같은 제품들과 차별화된다. 또한 기존 나이키의 로고와 자투리만의 천을 덧댄듯한 느낌의 아이덴티티를 결합하여 새로운 타입의 로고를 제작하였다.





패키지 디자인

스포츠 타올과 양말 등 나이키에서 제공하는 스포츠 용품을 담을 수 있는 패키지를 디자인 하였다. 자투리의 브랜드 아이덴티티에 맞는 패턴들을 활용하였다.



모션 그래픽

데이트 폭력에 관한 공익광고를 주제로 이성끼리 교체하면서 발생할 수 있는 데이트 폭력에 대한 심각성을 모션그래픽으로 제작하였다.

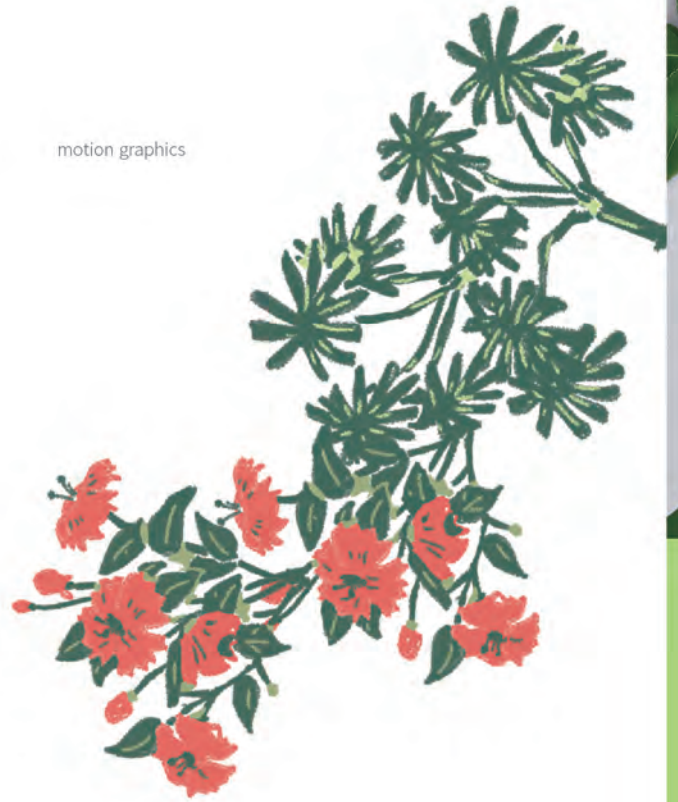


이재원
 Lee jae won
 010.5034.5663
 1234aldev@naver.com

advertising
 package

editorial
 brand identity

motion graphics



BRAND IDENTITY

emart
 plantory

EMART X GARDENING

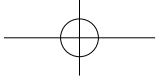
플랜토리는 Plant와 Story의 합성어로서, 각각 식물의 꽃말을 이용해 씨앗부터 직접
 가꾸고 키워나가서 힐링과 만족감을 동시에 얻을 수 있도록 하는 원예용품의 브랜드
 이다. 트레이더스나 노 브랜드 같이 특화된 산하 브랜드가 많은 이마트와 함께 이마
 트 안에 있는 가상의 독립된 매장으로 구상하여 콜라보를 진행하였다.

식물의 스토리에 중심을 두어 동화와 같은 일러스트 위주로 브랜드 이미지를 만들었
 다. 몇 가지의 식물과 자연물의 패턴을 가진 화분으로 각각의 스토리의 개성을 나타
 내었고, 원예용품과 간단한 소품들에 그 패턴들을 적용시켜 보았다.





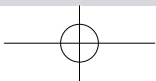
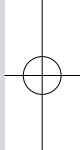
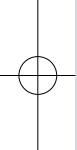




PACKAGE

Moon River

문리버는 달의 이름이 들어간 칵테일의 종류를 모은 브랜드이다. 문리버라는 이름하고 어울릴 법한 몽환적인 일러스트와 각각 칵테일에 어울릴 만한 캐릭터를 이용하였다.



ADVERTISING

PLANTORY - COEXIST OF HUMAN AND NATURE





플랜토리 브랜드를 홍보하기 위한 아트포스터로, 스토리라는 컨셉에 맞추어 동화와 같은 일러스트 위주로 포스터를 작업하였다. 인간과 자연의 공존이라는 주제에 맞게 품 각각 도심 속에서의 공존과 실내에서의 공존 두 가지 컨셉으로 나누었다.



오유정
Oh yu jeong
010.2258.2971
beensbee0@naver.com

advertisement
package

editorial
brand identity

motion graphics



Art poster/ Advertisement

코카콜라 라인 중 다이어트 코카콜라인 제로 코카콜라의 광고포스터이다. 제로 코카콜라의 0칼로리를 강조하기위해서 저울에 깃털과 무게를 재지만 깃털이 더무거움을 표현함으로써 코카콜라 제로의 가벼움을 표현하였다.



Art poster/ Advertisement

코카콜라와 메이즈몬의 콜라보레이션한 아트 포스터. 전체적으로 코카콜라의 탄산의 느낌이 나는 도형을 사용하였고 코카콜라 특유의 콜라병 라인을 표현하였고 코카콜라의 탄산과 레드계열을 사용하였다.



PACKAGE

차휴 / 차로 만드는 휴식

차로 만드는 휴식이라는 뜻을 가지고 있는 차 패키지이다. 한장의 사진처럼 연결되지만 각기 다른풍경의 일러스트를 넣음으로써 다른 느낌을 주었고 각각의 일러스트에는 실 수 있는 공간을 연상 시켜 휴식이라는 느낌을 주었다.

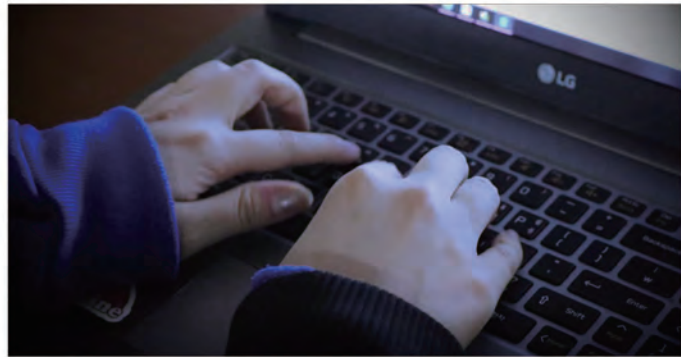




MOTION GRAPHICS

친구 / 같이 과제를 하던 친구가 사실 진짜 친구가 아니라면...

과제를 하던 A와 B 잠시 화장실을 가던 A는 화장실을 가던길에 과실에 있던 B가 갑자기 등장한다. 의아함을 가지던 A는 곧 B와 함께 과실로가지만 과실엔 B가 남아있다.





BRANDIDENTITY

Coca-Cola MAZE MON

할로윈을 기념하여 할로윈 이벤트캐릭터 메이즈몬이라는 캐릭터와 코카콜라와 콜라보레이션을 하였다. 코카콜라의 특징을 상징하는 라인감과 빨간색 뚜껑을 이용하여 특징을 부각시키고 각자만의 독특함이 있는 컬러감을 사용하였다. 탄산을 나타내는 구름형태의 기포를 부가적요소로 넣고 다양한 레이아웃을 사용하였다.

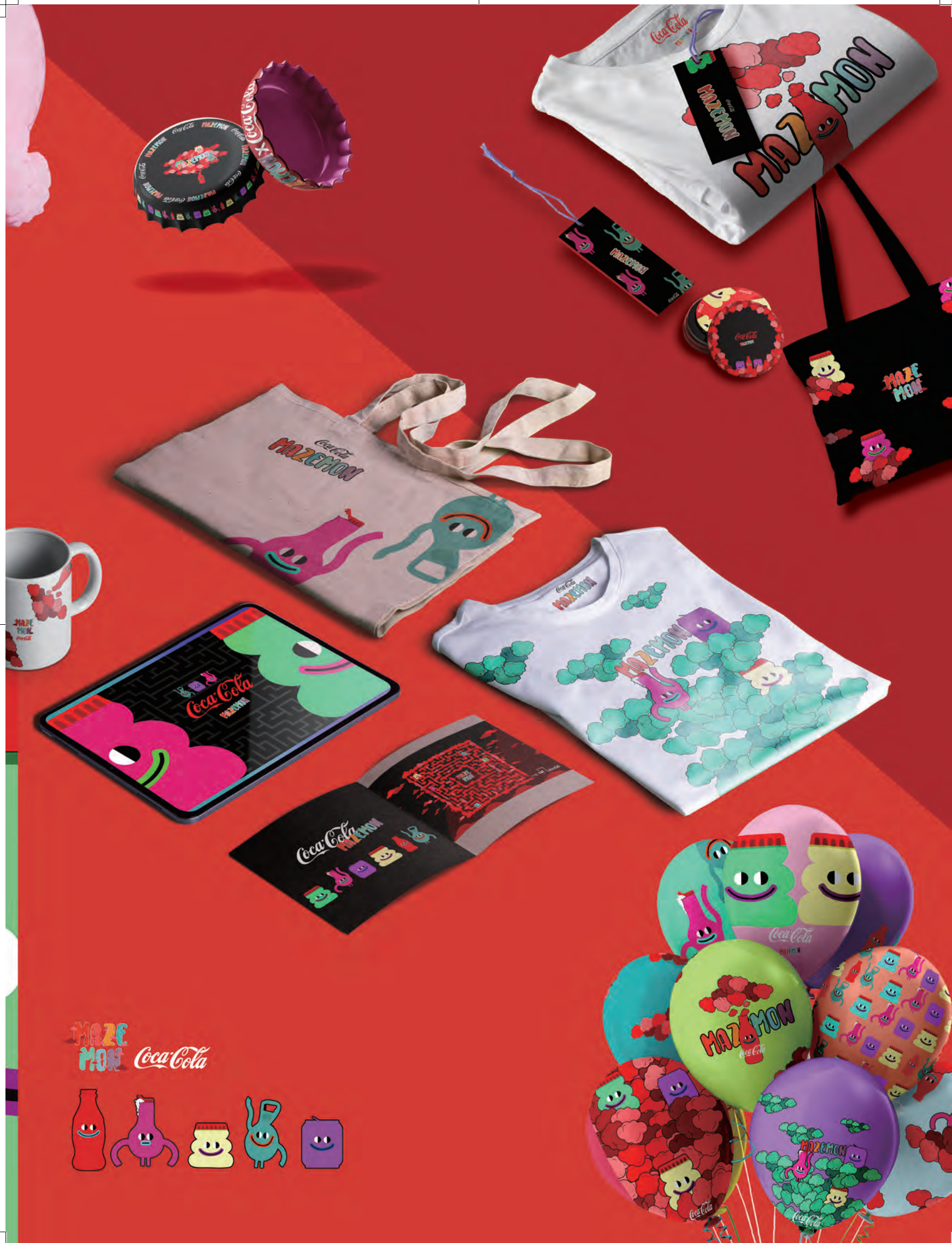


Coca-Cola

×

MAZE MON





MAZE MON Coca-Cola





양서영
Yang seo young
010.2993.4560
ysy517@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics

advertising



Art poster

스타벅스에서 진행하는 애니버서리 프로모션 홍보 포스터이다. 커피 원두의 주된 생산지인 아프리카의 이미지를 컨셉으로 하여 아프리카의 동물들을 모티브로 잡고 일러스트로 컨셉아트 포스터를 디자인했다.



package

Coffee bean package

생산지에 따른 브라질, 케냐, 에티오피아, 콜롬비아의 원두 패키지이다.
아프리카 컨셉인 만큼 비비드한 색상을 사용하여 강렬한 느낌이 들도록 했다.



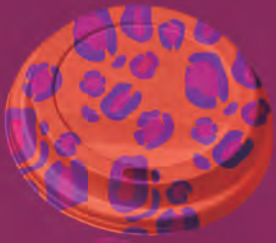




STARBUCKS
AFRICA SUMMER

brand identity는 스타벅스에서 진행하는 아프리카를 모티브로 한 애니버서리 프로모션이다. 동물과 식물로 활용하여 낯선 아프리카의 느낌을 친근하게 표현하려고 했다.





editorial

결혼을 준비하는 예비신부들을 위한 잡지이다.
웨딩드레스의 종류와 특징으로 구성되어있다.

H line Dress

이러한 웨딩드레스는 신부들이 가장 좋아하는 웨딩드레스 중 하나입니다. 이 웨딩드레스는 신부들이 가장 좋아하는 웨딩드레스 중 하나입니다. 이 웨딩드레스는 신부들이 가장 좋아하는 웨딩드레스 중 하나입니다.



Mermaid line Dress

이러한 웨딩드레스는 신부들이 가장 좋아하는 웨딩드레스 중 하나입니다. 이 웨딩드레스는 신부들이 가장 좋아하는 웨딩드레스 중 하나입니다. 이 웨딩드레스는 신부들이 가장 좋아하는 웨딩드레스 중 하나입니다.



Empire line Dress

이러한 웨딩드레스는 신부들이 가장 좋아하는 웨딩드레스 중 하나입니다. 이 웨딩드레스는 신부들이 가장 좋아하는 웨딩드레스 중 하나입니다. 이 웨딩드레스는 신부들이 가장 좋아하는 웨딩드레스 중 하나입니다.



Mini wedding Dress

이러한 웨딩드레스는 신부들이 가장 좋아하는 웨딩드레스 중 하나입니다. 이 웨딩드레스는 신부들이 가장 좋아하는 웨딩드레스 중 하나입니다. 이 웨딩드레스는 신부들이 가장 좋아하는 웨딩드레스 중 하나입니다.





강보경
 Kang bo kyung
 010.5145.3200
 qhrud3984@naver.com

advertising
 package

editorial
 brand identity

motion graphics



HUMAN&NATURE 여러 가지의 타이포로 비가 내리는듯한 느낌을 준 아트포스터이다.

DETOX DAY

10.11

10-13

DETOX DAY

TOX
TOK

Human&Nature



초록마을 TOX TOK

Tox,Tok은 디톡스의'tox'와 툃톡 튀다의 의성어'tok'을 합쳐서 만든 브랜드이다.친환경이고 건강한 브랜드인'초록마을'과 콜라보를 하여 사람과 자연의 조화로우움을 표현하였다.









ADDETOX는 더하다의'ADD'와 해독하다의'TOX'가 합쳐진 건조과일 브랜드이다. 건조과일의 가벼운 느낌을 얇은 서체로 표현하였고 로고가 밋밋하지 않게 도형을 넣었다. 해독과일의 대표인 레몬을 로고에 넣어서 재미있는 요소를 만들었다.





이 고 은
 Yi go eun
 010.3250.6850
 goeungood@naver.com

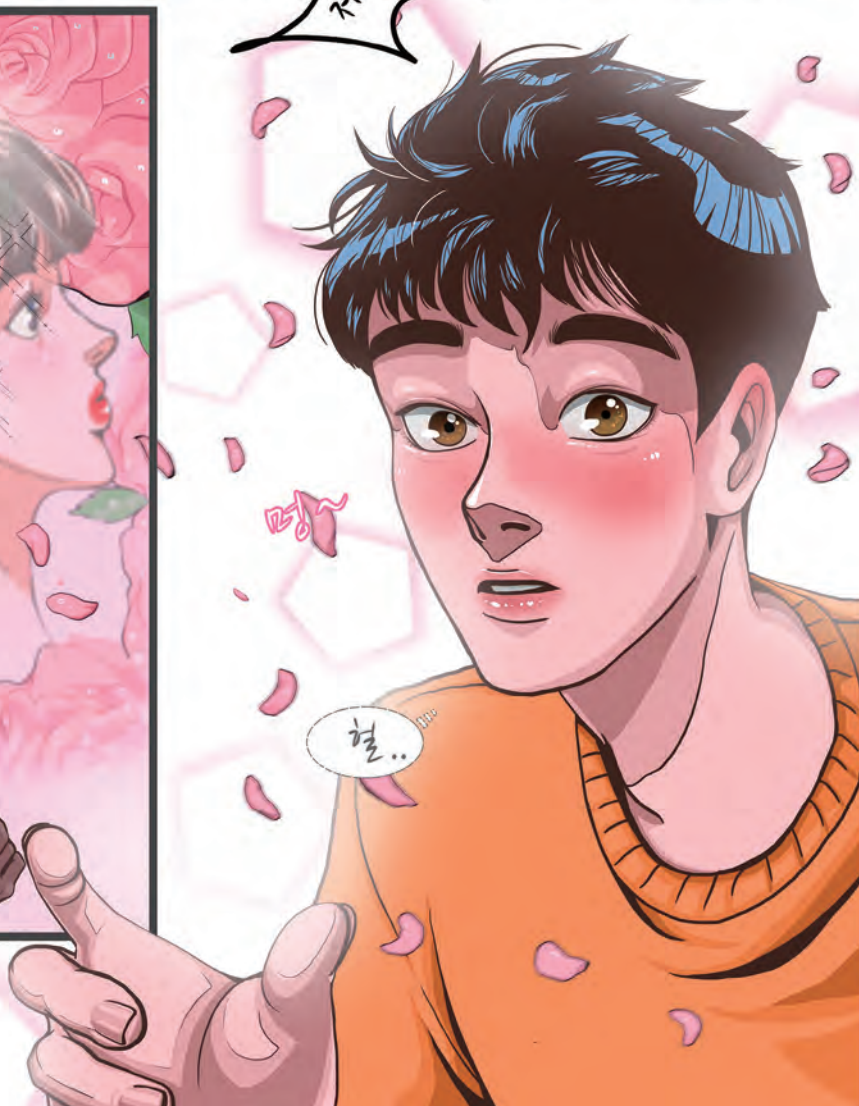
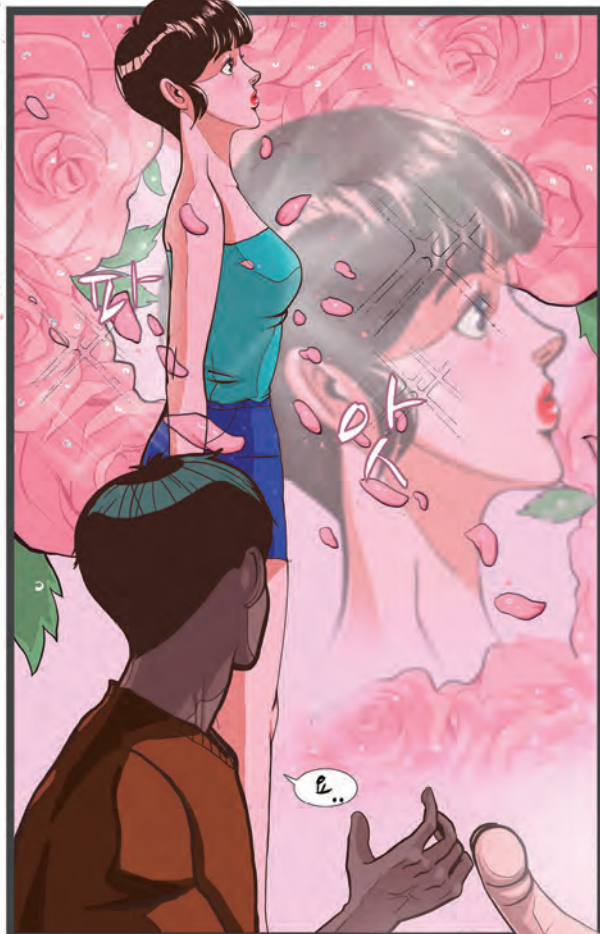
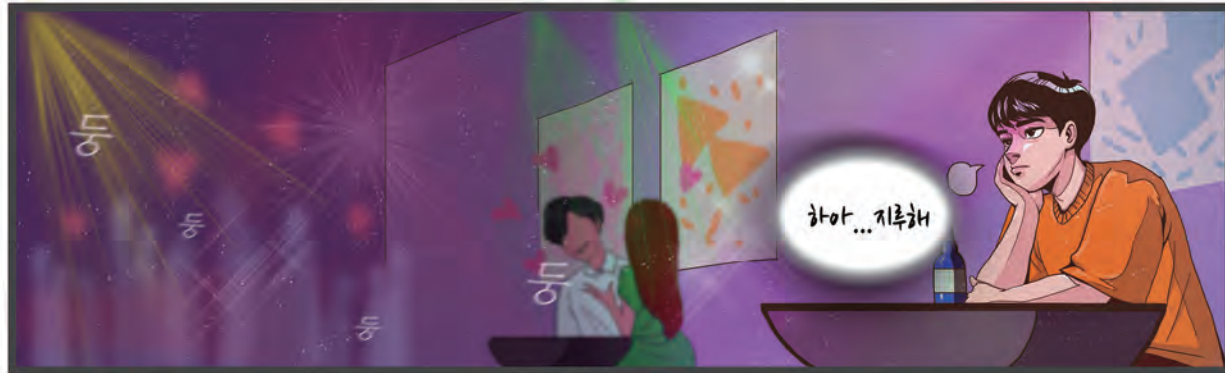
advertising
 package

editorial
 brand identity

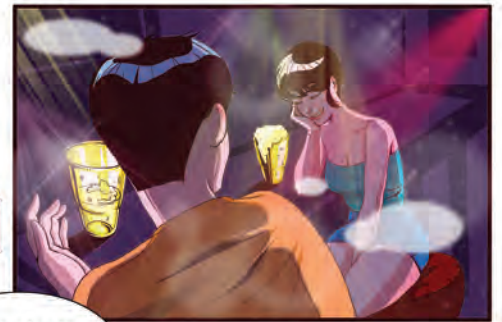
motion graphics

기분 좋은 짜릿함 Advertisement cartoon Poster

시끄러운 펌 안에서의 남녀가 우연찮은 실수로 인해 만남이 이뤄진다.
 이때 남녀의 사이를 이뤄주게 만드는 '카프리'를 이용한 브랜드 광고 웹툰 포스터.



Advertisement cartoon Poster



02.



기분 좋은 여정만
Cafri 오비맥주
OB BEER

03.

Package

과일 맛 맥주의 라벨을 웹툰 형식으로 칸을 나눠 표현하였다





CAFRI DOT



Brand identity

오비회사의 카프리와 픽셀의 만남.
그래서 이름도 카프리 dot 라고 지었다.
dot는 점이라는 뜻으로 점을 이용해
귀여운 픽셀아트를 만들어
카프리 도트 페스티벌을 통해 맥주 뿐만
아니라 소비자들에게 더 호감있게 다가가고자
아기자기한 굿즈들을 제작하였다.





박소진
park sojin
010.4412.3473
sojin9611@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics



advertising _ art poster

생화가 가장 아름다울 때 5년 이상 보존할 수 있는 프리저버드 플라워를 이용하여 이솝 브랜드와 결합한 아트 포스터로써, 지지 않는 아름다움이라는 카피와 어울릴 수 있도록 포스터를 제작하였다. 바디 위시 제품 광고에 맞게 사람의 신체와 프리저버드가 어우러지도록 표현하였다



Aēsop.

preserved flower undying beauty





brand identity_application

브랜드 아이덴티티는 생화가 가장 아름다울 때 보존할 수 있는 프리저브드 플라워를 이용하여 이솝 브랜드와 결합한 애플리케이션을 만들었다 이 애플리케이션들은 일상생활에서 다양하게 사용할 수 있는 공책 포장지 파우치 머그컵 쿠션 등등 프리저 비드를 이용한 다양한 패턴을 만들어 사용하였다









package _ Body ware

프리 저드 플라워를 이용한 핸드워시, 보디 크림, 샴푸 등등 일상에서 사용하는 바디용품을 만들었다. 이슬 브랜드에서 나오는 다양한 꽃의 향기를 살려 손, 발, 바디 등등 다양하게 바リエ이션 하였다.

motion graphics _ 프리저버드 플라워

생화가 가장 아름다울때 보존할수있는 프리저버드 플라워를 이용하여 영상을 제작한 스틸컷





김혜림
Kim hye lim
010.2414.2522
ytr206@naver.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics



'Are you going to eat this?'

The jelly we eat uses the leather and bones of thousands of animals. **PETA**

advertising

동물의 뼈로 젤리를 생산하는 기업을 지양하자는 Peta동물보호단체에서 나오는 공익광고이다.



advertising

츄파춥스 콜라맛 사탕의 시원하게 터지는 맛을 돋보여주는 이미지광고 이다.



Chupa Chups Jelly

다양한 색깔인 곡선느낌의 지렁이 모양으로 시선을 끌수있게 디자인했다. 여러가지의 동물모양을 사용해 주구매층인 어린이들을 대상으로 아기자기하지만 튀는 느낌으로 제작했다.



Chupa Chups Sparkling drink

츄파춥스의 화려한 컬러와 탄산음료의 기포들을 활용해 툭툭 튀는 느낌으로 제작했다.



X
Chuulce

brand identity

기존의 Chupa Chups의 '빨다'라는 의미를 더해 같은 의미인 Chuulce라는 브랜드를 만들어
츄파춥스의 기본 색을 유지하며 더 단순하게 표현할수 있는 콜라보레이션 브랜드를 제작하였다.







박지희
 Park ji hee
 010.5191.4418
 crucial97@naver.com

advertising
 package

editorial
 brand identity

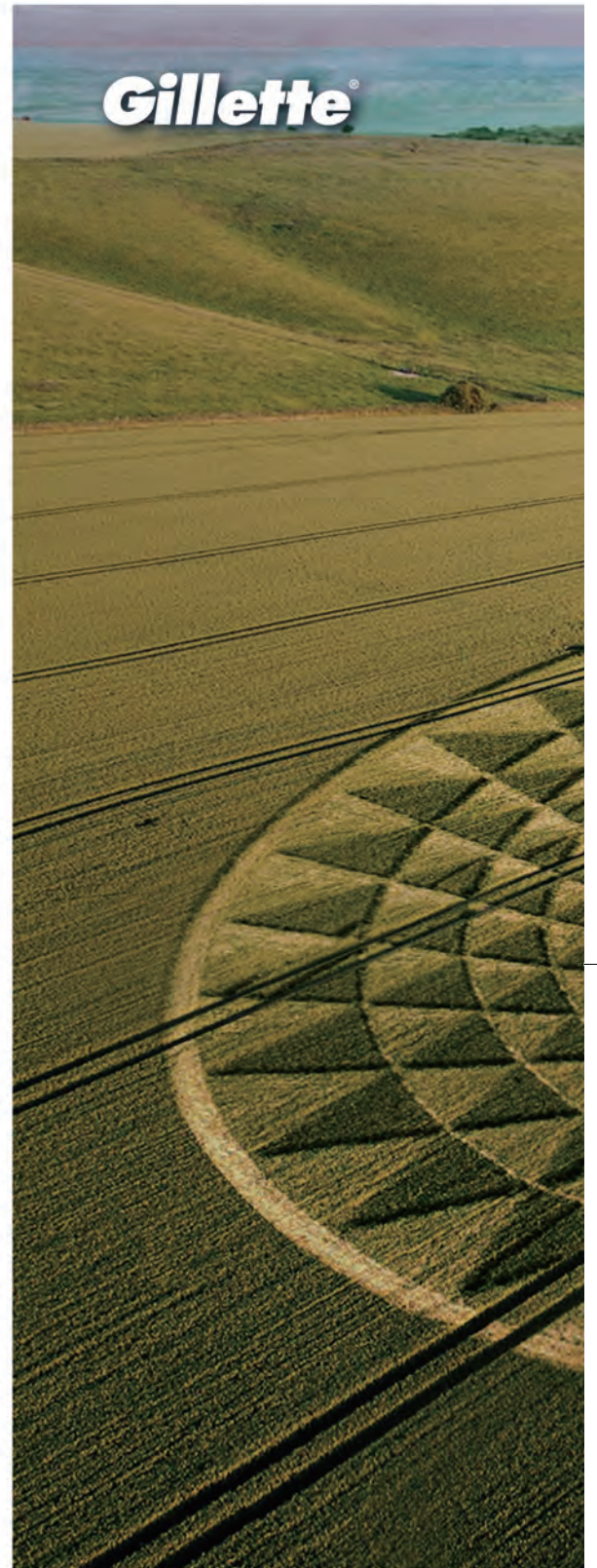
motion graphics



EDITORIAL
RED WAVE MUSIC FESTIVAL



The poster features a large, stylized red Korean character '樂' (Leak) in the center. To the left of the character, the text reads: THORNAPPLE, RED HOT CHILI PEPPERS, THE 1975, ONE OK ROCK, PIETA. To the right, it lists: HYUKOH, MUSE, 10CM, ADDY, NELL, and CIGARRETES AFTER SEX. Below the character, it says 'AT 2019. 08. 10 6PM' and 'IN 서울(한강, 난자공원) SEUL'. At the bottom, it reads 'BAND - MUSIC - FESTIVAL'. Below the poster, two stacks of tickets are shown. The top stack is white with red text and graphics, including 'AGU-10 standing.', '#RED ROCK KR', '#RED WAVE', and '19. 08. 10 - 6PM'. The bottom stack is red with white text and graphics, including 'AGU-10 standing.', '#RED ROCK KR', '#RED WAVE MUSIC FEST.', and '19. 08. 10 - 6PM'.





질레트 퓨전 프로글라이드의
놀라운 커브를 경험하라



Advertising

Gillette 퓨전 프로글라이드

복잡한 문양의 미스터리 서클을 질레트 퓨전 프로글라이드를 사용해 새겨 놓았던 상황 구성을 통해 제품의 장점인 커브 기능을 부각시켰다.



Motion Graphics

SUMMER MUSIC FESTIVAL Teaser Motion Graphic

더운 여름 날씨와 그것을 이겨내기 위한
 뮤직 페스티벌의 즐거움을 표현한
 모션 그래픽으로 보색대비를 이용한
 다채로운 컬러가 이 영상의 관전 포인트이다.





Package Design

OB Red Rock 맥주

Red Wave Music Festival과 Red Rock 맥주를 콜라보하여 페스티벌과 같이 역동적이고 즐거운 느낌을 위해 작업한 그래픽을 페스티벌 로고와 기존의 레드락 맥주의 로고에 추가 하여 제작한 패키지 디자인이다.





최희연
Choi hee youn
010.7622.6579
gmlidus6579@gmail.com

advertising
package

editorial
brand identity

motion graphics

advertising

차-차

오뚜기사에서 새로이 출시된 한국 전통차와 대만식 밀크티 '차차',
온천에서 차 한 잔의 여유를 즐기는 모습의 포스터.



advertising

차-차

오뚜기사에서 새로이 출시된 한국 전통차와 대만식 밀크티 '차차'.
한국 전통 자기와 꽃과 잎, 나비 등으로 구성된 동양화 느낌의 포스터.




2020년엔
다
먹어보자
월별 계절음식 캘린더

2020年 / 2020

2020年

1월	2월	3월	4월	5월	6월
7월	8월	9월	10월	11월	12월


1



1

		1	2	3	4
5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28
29	30	31			

2



2

					1
2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31


3



3

						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

4



4

						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

5



5

						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

6



6

						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

editorial

2020년엔 다 먹어보자

한국의 월별 계절 음식을
컨셉트로 제작한 캘린더.



시간의 흐름에
차차 마음이
나아가다 .

차차
次茶

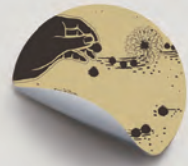


package

차-차

오뚜기사에서 새로이 출시된 한국 전통차와 대만식 밀크티 '차차'. 새롭고 신비로운 한국의 맛을 느껴볼 수 있습니다.





brand identity

차-차

次차 차차
茶茶 오뚜기

오뚜기사에서 새로이 출시된 한국 전통차와 대만식 밀크티 '차차'.
새롭고 신비로운 한국의 맛을 느껴볼 수 있습니다.



수상경력 및 모집요강

수상리스트

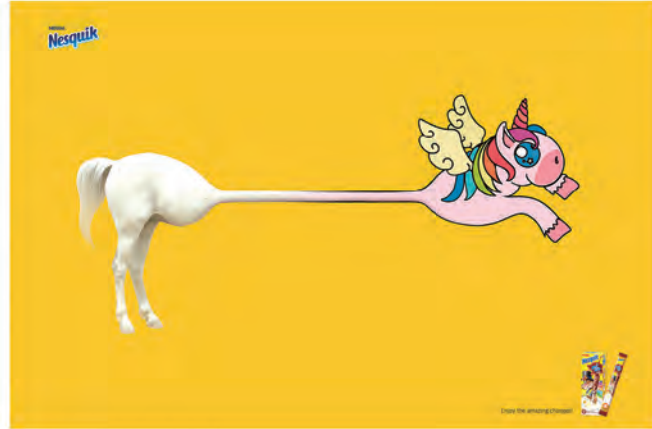
2017~2019

목원대학교 시각디자인학과 학생들의 노력으로 만들어진 작품에 대한 결과입니다.

2018	제38회제일기획 아이디어 페스티벌 은상/희망브리지상/파이널리스트		2018 아시아대학생 패키지디자인 공모전<ASPAC> 아지모토상/Japan foundation Awards상
	부산국제광고제 AD STARS 2017 파이널리스트		2018 대한민국 디자인 전람회 파이널리스트
	대전시립미술대전공모전 시각디자인부문 특선/입선		2018 제 33회 디자인 일러스트레이션 국제공모전 대상(문화체육부 장관상)
	대한민국공익광고제 본심 진출		
	통신과생활컨텐츠 공모전 최우수상	2019	제1회 인스퍼어워드 영디자인너상
	매일신문공모전 입선		2019 부산국제광고제 은상/크리스탈/파이널리스트
	2018 39회 제일아이디어페스티벌 은상/특별상		2019 서구청 아트페스티벌 우수운영작가
	2018공군역사UCC공모전 은상		2019 대전미술대전 입선
	2018 대전미술대전 특선		경상북도 전통문양 공모전 최우수상
	2018 대한민국 디자인 전람회 파이널리스트		2019 38회 제일아이디어페스티벌 은상
	DMZ Art & Design 전국 대학생 공모전 한국환경미술협회 회장상		2019 부산국제영화제 파이널리스트
	2018 대한민국광고대상(프로모션부문) 은상		2019 아시아 디자인 프라이즈
	2018 대한민국 공익광고제(대학생부 인채부문) 동상		
	2018 국민참여 해양안전 공모전(포스터부문) 최우수상		



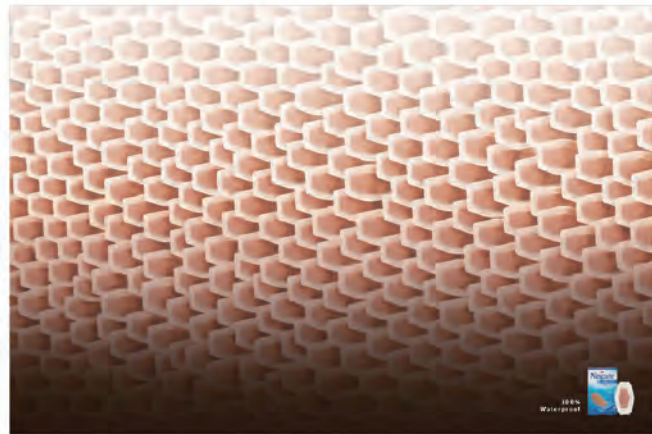
제1회 인스퍼어워드 영디자인상



2019 부산국제광고제 은상



2019 부산국제광고제 파이널리스트



2019 부산국제광고제 파이널리스트



제36회 제일기획 아이디어 페스티벌 본상

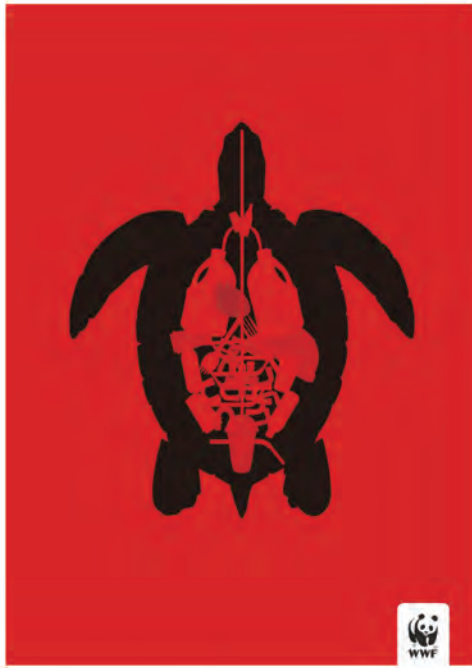


2019 부산국제광고제 파이널리스트

수상리스트

2017~2019

목원대학교 시각디자인학과 학생들의 노력으로 만들어진 작품에 대한 결과입니다.



2019 부산국제광고제 크리스탈



2018 국민참여 해양안전 공모전(포스터부문) 최우수상



2019 대전미술대전 입선



경상북도 전통문양 공모전 금상



2018 아시아대학생 패키지디자인 공모전<ASPAC> 아지모토상



2018 아시아대학생 패키지디자인 공모전<ASPAC> Japan foundation Awards상

GC 녹십자 산학프로젝트

Bobiniz

Bobiniz
오늘 이세 알림!

캐릭터와 emoji 제작

녹십자 x 보비니, 보비니즈 캠페인

