



| | | | | | |
|--|--------|--|--|--------|---------------|
| | 지원분야 | 마케팅/UIUX디자인 | | 경력여부 | □신입 □경력 |
| | 성명(국문) | 조윤경 | | 성명(영문) | Choyunkyoung |
| | 생년월일 | 1996년 10월 24일 | | 연락처 | 010-8210-3860 |
| | 이메일 | wholovesthesun@naver.com | | | |
| | 주소 | 부산광역시 남구 수영로 283 벽산e솔렌스힐 101동 | | | |
| | 포트폴리오 | 추후 포폴 링크 또는 첨부 파일명(별첨: OOO_포트폴리오.pdf) 넣기 | | | |
| | 특이사항 | 트렌디한 UI/UX반응형 웹제작을 위한 웹퍼블리셔(디자인&코딩) 프론트엔드 과정 수료 | | | |



| 재학기간 | 학교명 | 전공 및 수료과목 | 졸업구분 |
|-----------------|-------|-----------|------|
| 2015.03-2019.02 | 단국대학교 | 법학과 | 졸업 |



| 활동기간 | 활동명 | 기관 | 활동내용 |
|-----------------|------------------------|--|---|
| 2023-현재진행 중 | 개인프로젝트 브랜드 간 SNS 협업 | 마땡김(MATIN KIM), 아비브(Abib), 키르시(KIRSH), LMC, 포터코리아(PORTER KOREA) 외 다수 | [브랜드 콘텐츠 기획 및 제작] ·룩북 및 시즌 무드보드 분석을 통한 제품 컨셉 맞춤형 촬영 계획 수립 (장소, 조명, 톤앤매너 고려) ·인스타그램 피드 및 스토리용 이미지/영상 콘텐츠 제작(촬영 및 후보정 포함) ·제작 콘텐츠의 효율적인 확산을 위한 문구 작성까지 전 과정 담당 |
| 2020.10-2021.01 | 부산관광공사 인싸투어단 | 부산관광공사 | ·전문 사진교육 과정 이수 ·부산관광공사 추천 관광지 사진 촬영 ·프로젝트 결과물을 활용한 사진전 참가 및 작품 전시 |



| 근무기간 | 회사명 | 근무부서/직책 | 담당업무 |
|-----------------|--------------|---------|-----------|
| 2024.09-2025.04 | 기아오토큐 동김해서비스 | 사원 | 문서관리/고객응대 |
| 2021.10-2022.11 | 와이플라리스 | 마케팅/사원 | 사무보조/마케팅 |
| 2020.05-2020.06 | 서부산세무서 | 계약직 | 종합소득세신고 |

기술보유 능력사항

| 언어/프로그램 | 활용수준 |
|-----------------|-------------------------------|
| HTML | 반응형 웹페이지 생성 및 웹 기본 구조 이해 |
| Adobe Photoshop | 사진 편집 및 보정 디자인 시안 제작 |
| Figma | Web, App 인터페이스 디자인 및 스토리보드 제작 |
| CSS | 반응형 디자인 구현 |
| Javascript | 웹 페이지의 동적 기능 구현 및 사용자 경험 개선 |



1. 지원동기

20년 동안 살던 부산을 떠나 서울에서 대학 생활을 시작한 경험은 저에게 거대한 자극이 되었습니다. 특히 연남동, 성수동 등 지역마다 고유한 철학이 담긴 브랜드와 공간이 SNS를 통해 확장되고, '하나의 동네가 브랜드가 되는' 과정을 직접 관찰했습니다. 그 경험은 제게 "콘텐츠가 지역을 살리고, 브랜드를 움직이며, 사람의 마음까지 변화시킨다"는 확신을 주었습니다.

이후 부산관광공사 주최 '인싸투어단' 대외활동에 참여하면서 콘텐츠의 힘을 더 깊이 실감했습니다. 부산의 관광지를 촬영하고 전시를 통해 알리는 활동이었는데, 특히 영도 흰여울문화마을 프로젝트가 기억에 남습니다. 몇 년 전만 해도 조용했던 골목에 새롭게 생긴 카페와 공방, 벽화, 그리고 이를 찍어 SNS에 공유하는 사람들이 늘어나면서 마을 전체가 활기를 띠는 모습을 지켜보았습니다. 좋은 콘텐츠가 곧 '사람을 찾아오게 만드는 힘'임을 깨달았으며, 이는 제가 콘텐츠 기획과 마케팅을 공부하게 된 결정적 계기가 되었습니다.

이후 저는 콘텐츠의 '기획력'과 '시각적 완성도', 그리고 그것이 사용자 경험으로 연결되는 구조에 깊은 흥미를 느꼈습니다. 단순히 예쁜 이미지를 만드는 것보다, '사람이 왜 이 브랜드를 좋아하게 되는가', '어떤 경험이 다시 방문을 유도하는가'를 분석하고 설계하는 과정에 몰입하게 되었습니다. 또한 그 무렵 인스타그램을 통해 여러 브랜드의 협찬을 제안 받게 되어 콘텐츠를 기획·촬영하며 소비자의 감정선과 브랜드 아이덴티티를 연결하는 콘텐츠를 만들 기회가 생겨, UI/UX 공부를 병행하게 되었습니다. 감각 확장의 필요성을 느낀 저는 전문 훈련기관에서 '트렌디한 UI/UX 반응형 웹제작을 위한 웹퍼블리셔(디자인&코딩) 프론트엔드 과정'을 수료하며 사용자 중심의 시각 설계 능력을 키웠습니다.

이러한 배경을 바탕으로 저는 '브랜드의 감성과 사용자의 경험을 연결하는 콘텐츠 디자이너'로서, 핵심을 담은 비주얼 콘텐츠와 UI 구조를 설계해 사람들이 자연스럽게 브랜드에 머물고 다시 찾게 되는 경험을 만들겠습니다. 또한 트렌드 감각과 데이터 분석 능력을 바탕으로 회사 전체의 디지털 마케팅 및 브랜딩 효율을 높이는 구성원이 되고자 합니다. 단순히 제품을 알리는 마케터가 아니라, "사용자의 감정과 경험을 디자인하는 크리에이터"가 되고자 하며, 그 여정을 이곳에서 함께 시작하고 싶습니다.

2. 직무역량 및 경험

이전 직장에서는 IT기업 마케팅 담당으로 근무하며, 서비스 홍보를 위한 전시회·박람회 기획을 맡았습니다. 2022 국제인공지능대전, 2022 리테일테크쇼, 부산창업박람회 등의 현장 운영과 콘텐츠 홍보를 직접 담당하며, 기업의 이미지를 시각적으로 표현하고 타겟 고객에게 효과적으로 전달하는 방법을 배우게 되었습니다. 직접 포스터, 리플렛, 온라인 배너 시안을 기획하고, 전시 콘텐츠를 촬영·보정·업로드까지 전 과정을 관리하면서 KPI 달성을 성취감을 느꼈습니다. 데이터를 기반으로 인사이트를 도출하고 개선 방향을 제시하는 과정에서, 마케팅의 본질은 결국 '사용자의 경험을 설계하는 일'임을 깨달았습니다.

이와 동시에 개인적인 SNS 활동을 통해 브랜드 콘텐츠를 직접 기획·제작하는 일을 꾸준히 해왔습니다. 패션 브랜드로부터 시팅(협찬)을 받아 인스타그램(@6xxnnk)에 업로드하는 콘텐츠를 제작하는 것이 그 예입니다. 협찬 받은 의류를 단순히 착용하는 것이 아니라, 브랜드의 철학과 어울리는 콘셉트를 고민하고, 어떤 장소에서 어떤 분위기의 사진을 찍을지, 어떤 포즈와 색감이 브랜드 감도와 맞을지를 직접 설계합니다. 촬영 장소 선정 → 코디 구성 → 촬영 구도 → 보정 → 원고 작성 및 업로드까지 전 과정을 스스로 기획하며, 피드 하나를 하나의 완성된 캠페인처럼 다룹니다. 이 과정에서 '사람들이 어떤 이미지를 클릭하게 되는가', '어떤 색과 조합이 기억에 남는가'를 감각적으로 익혔고, 결국 마케팅의 시각적 요소인 UI(User Interface), 그리고 사용자의 감정선과 반응 흐름인 UX(User Experience)에 대한 이해로 이어졌습니다.

이후 이러한 관심을 체계적으로 발전시키기 위해 '트렌디한 UI/UX 반응형 웹제작을 위한 웹퍼블리셔(디자인&코딩) 프론트엔드 과정'(그린컴퓨터아카데미 경성대점)을 수료했습니다. 이 과정에서 피그마(Figma)를 활

용한 웹사이트 설계, 사용자 여정(UX Flow) 구상, HTML/CSS/JavaScript를 이용한 반응형 웹 구현 등을 배우며, 실제로 사용자의 입장에서 브랜드 경험을 설계할 수 있는 기본기를 다졌습니다.

현재는 개인 프로젝트로 '브랜드 리뉴얼 웹사이트'를 직접 기획·디자인하며, 마케팅과 디자인의 접점을 연구하고 있습니다. 이를 통해 '어떻게 하면 브랜드의 감성을 시각적으로 녹여내면서도 사용자가 자연스럽게 몰입하게 만들 수 있을까'라는 질문을 꾸준히 던지고 있습니다. 이처럼 감성적 시각 표현력과 데이터 기반 사고를 함께 다루는 경험은 제가 가진 강점을 더욱 단단하게 만들어 주었습니다. 결국 저의 역량은 "브랜드의 감도와 사용자 경험을 동시에 설계할 수 있는 마케팅형 디자이너"라는 한 문장으로 요약할 수 있습니다.

3. 성격의 장단점

저는 트렌드를 감지하는 데 매우 민감한 편입니다. 뉴스, SNS, 유행하는 인터랙션과 디자인 요소 등 다양한 채널을 통해 "지금 사람들이 무엇을 보고, 듣고, 반응하는가"에 대한 감을 항상 열어 둡니다. 세상은 빠르게 변하지만, 그 흐름의 본질은 '사람의 마음'이라는 생각으로 늘 관찰하고 기록합니다.

또한 콘텐츠를 만들 때, 문장 하나·색상 하나·이모티콘 하나까지 세밀하게 다듬는 성향이 있습니다. 이런 꼼꼼함이 때로는 시간이 걸리기도 하지만, 덕분에 완성도 높은 결과물을 만들어내는 힘이 됩니다.

트렌드에 대한 민감한 감각과 세심함은 때론 완벽주의적 성향으로 이어져 스스로에게 높은 기준을 세우기도 합니다. 이에 최근에는 '완벽을 추구하기 보다 일단 시도해 보기'를 스스로의 새로운 과제로 삼고 있습니다.

한편, 성격적으로는 밝고 적극적인 편이라 사람들과 빠르게 어울리고 협력하는 것을 즐깁니다. 고등학교 시절 반장을 꾸준히 맡았고, 3학년 때는 전교 부회장으로 활동하며 친구들과 선생님 사이에서 신뢰받는 사람으로 성장했습니다. 이 경험을 통해 자연스럽게 팀워크의 중요성을 배우고, 서로 다른 의견을 조율하며 목표를 함께 만들어가는 과정에서 큰 보람을 느꼈습니다.

회사에서도 이러한 성향은 조직 내에서 긍정적인 에너지를 전하고, 원활한 커뮤니케이션으로 프로젝트를 효율적으로 진행하는 데 도움이 될 것이라 생각합니다. 책임감이 강하고 한 번 맡은 일은 끝까지 해내려는 성격 덕분에, 아직 경력은 짧지만 언제나 결과로 증명해내는 타입입니다.

4. 입사 후 포부

입사 후에는 제가 가진 콘텐츠 기획력·디자인 감각·UI/UX 이해력을 바탕으로 브랜드가 사용자에게 감각적이면서도 진정성 있게 다가갈 수 있는 마케팅을 구현하고 싶습니다. 단순히 예쁜 이미지를 만드는 것이 아니라, 사용자의 감정과 브랜드의 가치가 만나는 '디지털 경험'을 설계하는 사람으로 성장하고 싶습니다. 스타트업에서 다양한 역할을 병행하며 쌓은 경험 덕분에 변화에 빠르게 적응하고, 여러 영역을 유기적으로 연결할 수 있습니다. 또한 트렌드를 단순히 소비하는 것이 아니라, 그것을 분석하고 브랜드에 맞게 재해석하여 새로운 가치를 창출하는 능력을 키워왔습니다.

앞으로는 회사의 마케팅 방향성과 비전을 깊이 이해하고, 제가 가진 감각적 콘텐츠 제작 경험과 디자인 실무 역량을 결합하여 브랜드의 디지털 브랜딩과 사용자 경험을 연결하는 핵심 구성원으로 성장하겠습니다.

제가 만든 콘텐츠가 누군가의 첫 클릭을 이끌고, 브랜드에 대한 좋은 기억으로 남는다면 그것이 제가 이 일을 하는 이유이자, 가장 큰 보람이 될 것입니다.

아직은 배워야 할 것도, 경험해야 할 것도 많지만, 저는 그만큼 빠르게 흡수하고 성장할 자신이 있습니다. 누구보다 간절한 마음으로 이 길을 선택했고, 주어진 일에 진심으로 몰입해 성과로 보답하겠다는 각오로 임하고 있습니다. 작은 일이라도 스스로의 기준을 세워 최선을 다하는 태도로, 처음 맡은 프로젝트를 완수해내며 신뢰받는 구성원으로 자리 잡고 싶습니다. 단순히 '입사'가 목표가 아니라, 함께 성장하며 회사의 미래를 함께 만들어가는 사람이 되고 싶고 그 시작을 귀사에서 열고 싶습니다.