

som

I am
spring
som

Dasom Yoon's
Portfolio



01 About me

Designer som	04
Resume	05

02 Main work

Self promotion som	07
Sopoong in seoul	11
Chung-nyun cham	15
Pacific package	19
Movit	21

03 Portfolio

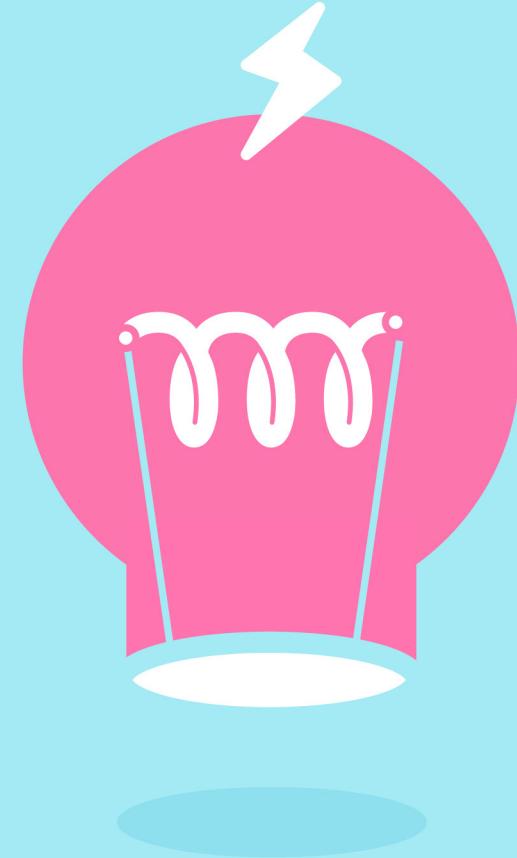
<u>BRANDING</u>	E-mart spaghetti sauce	25
	Beerstop	26
	Choisto	27
<u>MOTION GRAPHIC</u>	Gvideo	28
	Duksung & pacific package	29
<u>ILLUSTLATION</u>	1 day 1 som project	30

01

About me

Designer som

Resume



Spring som

작아 보이지만 숨겨진 힘이 있는
잠재력을 갖고 매일 성장하는
새로운 것을 꽂피우는 봄과 같은
디자이너





Dasom Yoon

BX Designer

1992 - 08 - 13

Skills



Contact



+82 10 2535 0813



dasom2yoon@gmail.com



<http://dasom-yoon.github.io>



Education

2011.02

풍덕고등학교 졸업



Job Experience

2012.12 - 2013.02

walkbook 에서 인턴

2013.05 - 2013.06

덕성여자대학교 슬로건 메뉴얼북 제작

2013.05 - 2013.08

세탁브랜드 이유 브랜딩

2013.08 - 2014.01

퍼시픽패키지 지기구조 개발 산학프로젝트 참여

2013.09 - 2013.10

가비아 GVIDEO 모션그래픽 영상제작

2014.05 - 2014.10

치어스 스몰비어 비어스탑 브랜딩

2014.09 - 2014.11

오션글로비스 브랜드 초이스토 브랜딩

2014.11 - 2014.12

서울시 청년허브 청년참 브랜딩

2011 2012

2013

2014

2015



External Activity

2013.03 - 2014.02

한국패키지디자인협회 대학생아이디어그룹 10기

2013.06 - 2014.06

한성대학교 신학협력단 컨텐츠 디자인 연구원

2014.08 - 2014.09

코딩하는 디자이너 1기

2013.06

커뮤니케이션디자인 국제공모전
아이덴티티 디자인 입선

2014.01

퍼시픽패키지 지기구조 개발 산학프로젝트
금상 수상



Awards

02 Main work

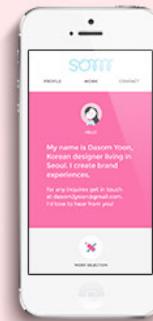
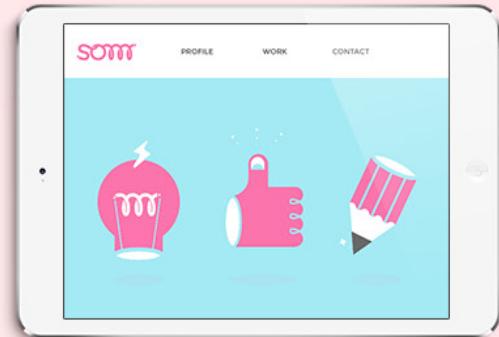
Self promotion som
Sopoong in seoul
Chung-nyun cham
Pacific package



BRANDING

Self Promotion Som

나 자신에 대한 키워드를 도출, 브랜드화하여
로고를 제작하고 기본 베이직 시스템과 어플리
케이션, 웹 포트폴리오 디자인 또한 일관성 안
에서 변화를 주며 진행하였습니다.



DATE

2014/11 - 2014/12

CO-WORK

NONE

BRANDING

Self promotion som

1/3

Brainstorming & Grouping

에너지와 관련된 키워드	인내 끈기 흡수력 열정적	승부욕 지치지 않는 의지력
밝은 성격과 관련된 키워드	즐거움 활기찬 잘 웃는 생기	
뚜렷한 주관과 관련된 키워드	カリスマ 추진력 단호한 확실한	솔직한 분명한 소신있는

외모와 관련된 키워드	키가 작다 아담하다 작지만 강한 외유내강
-------------	---------------------------------

Brainstorming 을 통해 자유롭게 키워드를 도출하였습니다. 나 자신은 물론이고 주변 사람들에게 나의 이미지를 설문하여 객관적으로 키워드를 수집하고자 했습니다. 도출한 Keyword 를 바탕으로 Idea Sketch を 진행하였습니다.

Keyword

Identity Keyword

지치지 않는
에너지와 열정

Design Keyword

Continuous / Jump
계속되는, 도약하는

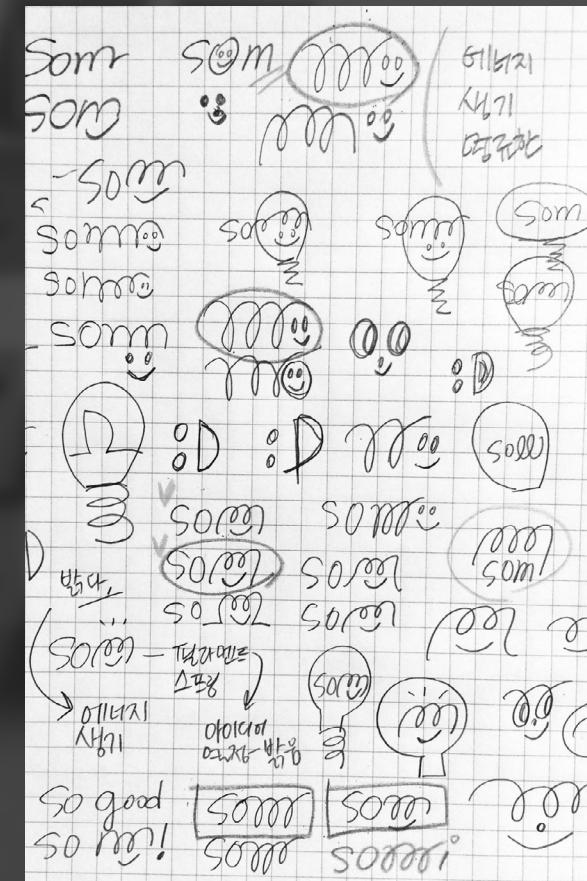
생기와 활기
넘치는 모습

Bright / Adorable
밝은, 사랑스러운

확실하고
명료한 성격

Minimal / Clear
미니멀한, 명확한

Idea Sketch



BRANDING

Self promotion som 2/3

Draft



아이디어 스케치에서 나왔던 로고와 심볼들을 벡터화 작업을 한 후, 수정을 거쳐 최종 시안을 확정하였습니다.

스프링은 작지만 강한 에너지와 잠재력, 앞으로의 성장과 도약을 나타내며, 새로움을 꽂피우는 봄과 같은 디자인을 하겠다는 디자인 철학을 의미합니다.

Symbol / Logotype



Color

밝음 / 생기 / 사랑스러움

Spring Pink

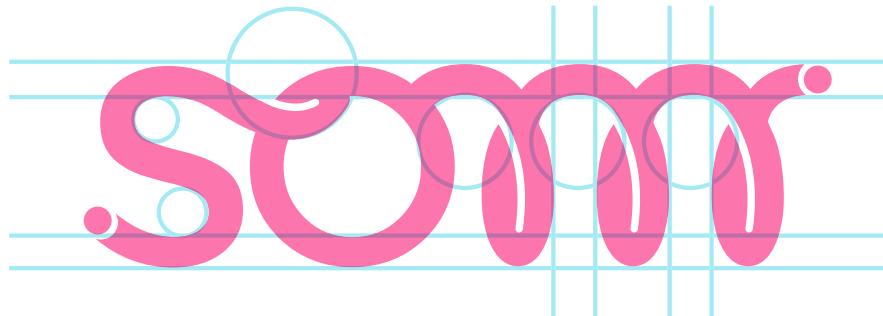
RGB 254 117 173
#FC75AD

봄과 같은 새로움

Spring Sky blue

RGB 164 234 244
#A4EAF4

디자인 컨셉 과정에서 도출 되었던 Jump 를 스프링이 가진 속성으로 표현하고, 하나의 라인으로 이어지는 형태를 통해 Continuity 를 나타내었습니다.

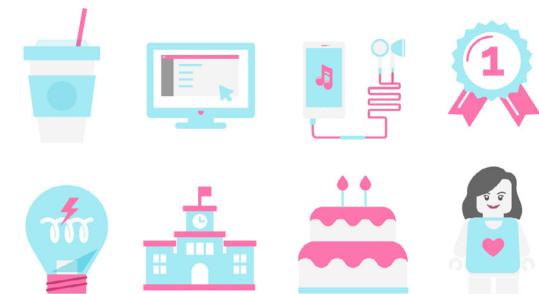


Illustration

캐릭터



오브젝트



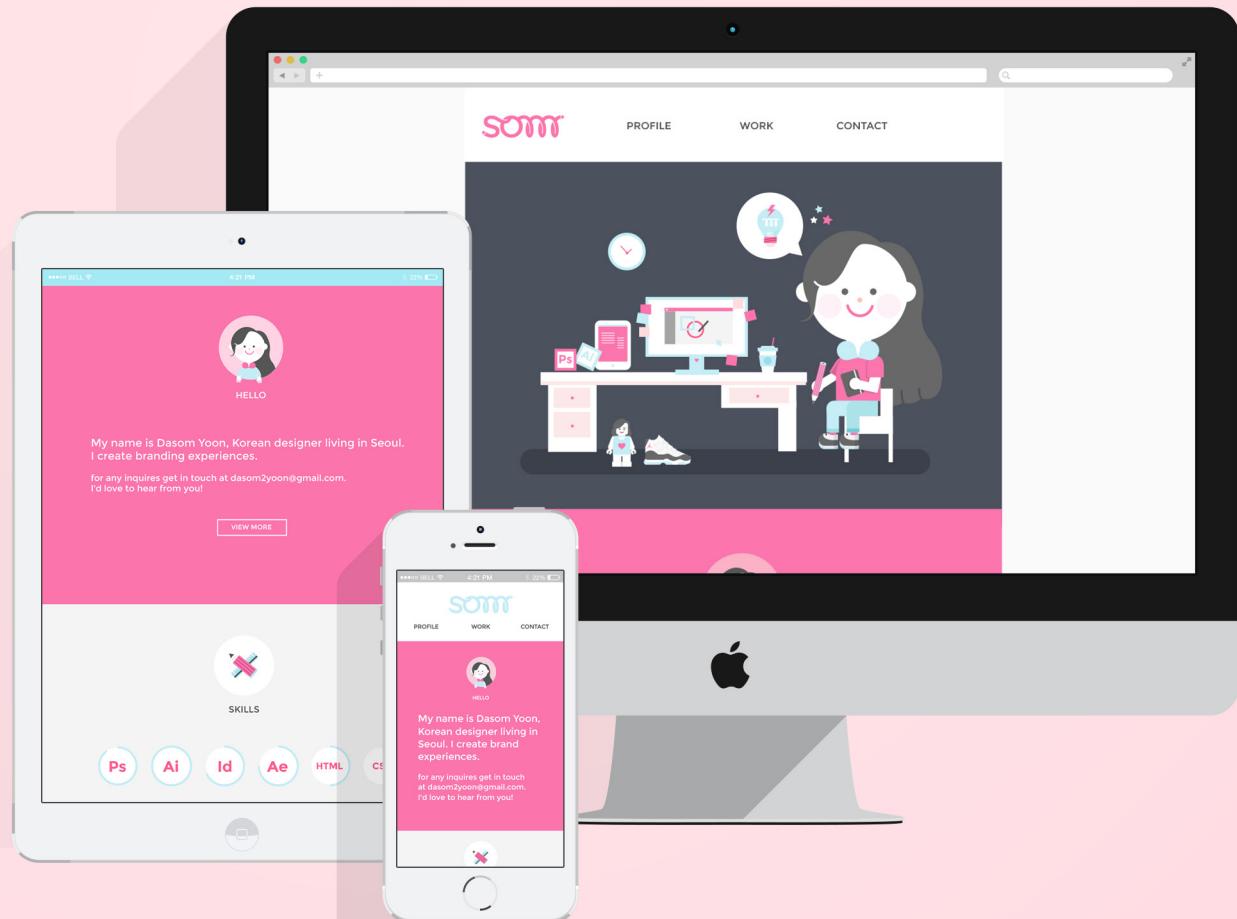
BRANDING

Self promotion som 3/3

Name card



Web page

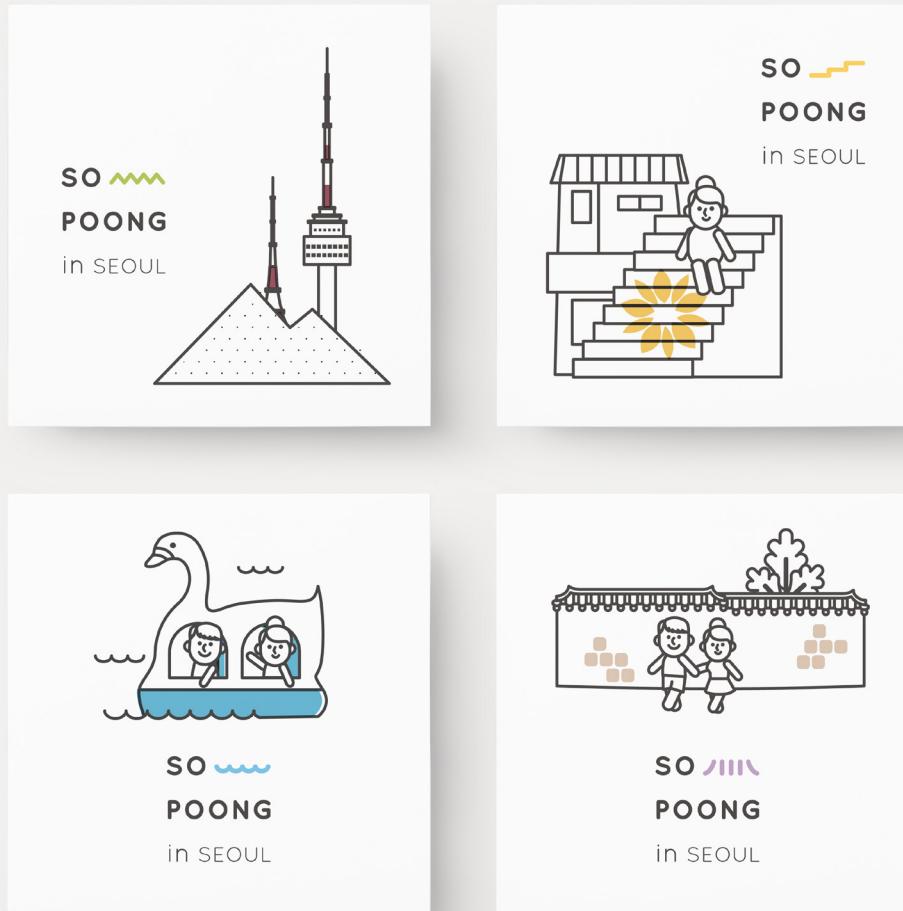


심볼을 활용하여 네임카드를 제작하고, 개인 포트폴리오 웹페이지에 적용하였습니다.

BRANDING

Sopoong in Seoul

일상적인 장소 서울을 특별하게 만들자는 기획 의도를 바탕으로 서울의 소풍 장소 25곳을 공원, 한강, 마을, 고궁 네 가지 카테고리로 나누어 브랜딩하고, 모바일 어플리케이션을 통해 가까운 지하철역에서 도시락을 수령하여 소풍을 더 쉽고 가볍게 즐길 수 있도록 하였습니다.



DATE

2014/03 - 2014/11

CO-WORK

Kim keum jee

BRANDING

Sopoong in Seoul

1/3

Situation

포털검색 수많은 정보들이 흩어져 있음
부정확/광고성 흥보글이 대다수

서울시 글이 많아 읽기 지루함
홈페이지 과한 정보로 인해 혼란스러움
방문한 사람들의 후기/평가 부재

User 대부분의 정보를 포털검색 78%
또는 지인 추천 58%으로 얻게 됨
잘 알려지지 않은 장소가 많음

도시락을 가져가고 싶지만 귀찮
고 번거로워 가져가지 않음 92%

Direction

시각 정보로 흥미롭게 정보를 접하도록 함
더 편리하게 소풍을 즐길 수 있도록 함

Solution

일러스트레이션 카드로 소풍 장소 정보 전달
모바일 어플을 통해 소풍 도시락 수령

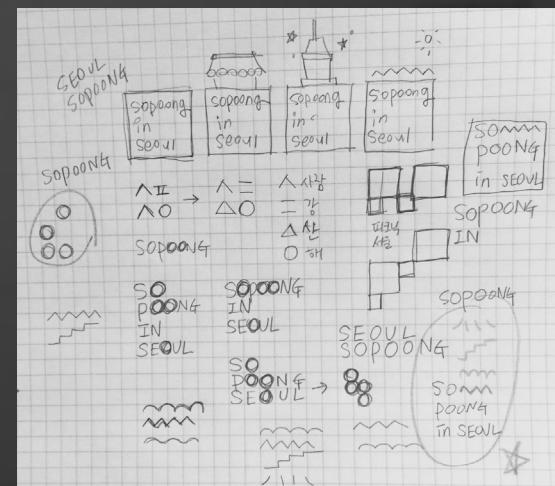
일상적인 것과 새로운 것의 조화라는 **subject**를 바탕으로, 일상 속 서울을 소풍이라는 매개체를 통해 특별하게 만들어 보자는 아이디어와 함께 소풍 인 서울 프로젝트를 기획하게 되었습니다. 현재 가지고 있는 문제점을 파악하기 위해 **Main taget**인 20대 대학생 200명에게 설문조사를 진행하였습니다.

Brand naming

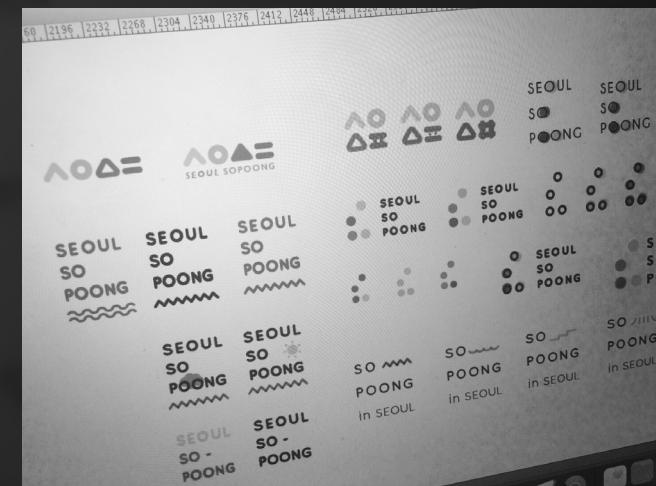
누구나 서울의 소풍에 관한 컨텐츠임을 쉽게 알 수 있도록 직관적인 네이밍을 사용하였습니다. 소풍이라는 단어를 'Picnic' 이 아닌 'Sopoong' 으로 표기함으로써 평범한 단어를 낯설게 접할 수 있도록 하였습니다.

Sopoong in Seoul [소풍인 서울]

Logo type Idea sketch



Draft



BRANDING

Sopoong in Seoul

2/3

Symbol / Logotype



서울의 소풍 장소 25곳을 공원, 한강, 마을, 고궁으로 나누어 로고를 제작하였습니다. 일러스트레이션 카드에는 심볼을 통해 한 눈에 어떤 형태의 장소 알아 볼 수 있도록 하였고, 뒷면에는 장소에 대한 구체적인 정보를 볼 수 있도록 하였습니다. 프로모션 포스터 또한 로고타입을 활용하여 작업하였습니다.

Promotion Poster

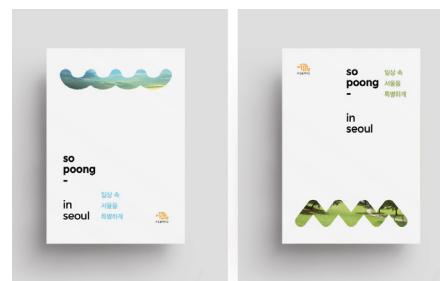
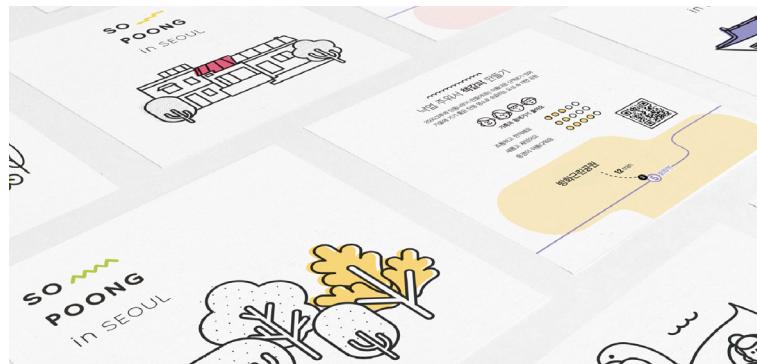


illustration card



BRANDING

Sopoong in Seoul

3/3

Mobile Application



Mobile Application 으로 나의 상황이나 소풍 장소와 어울리는 도시락을 추천받아 간편하게 구매하고, 가까운 지하철역에서 수령하여 소풍을 가볍고 쉽게 즐길 수 있도록 작업하였습니다. 도시락 패키지는 심볼을 패턴으로 활용하여 따듯함을 느낄 수 있는 부드러운 파스텔톤으로 디자인 하였습니다.

Picnic Package Set Design



BRANDING

Chung nyun cham

오프라인 커뮤니티를 온라인으로 확장시키기 위해 서울시 청년 일자리 허브에서 운영되고 있는 청년 커뮤니티 지원사업 청년참을 브랜딩하고 웹페이지를 디자인하였습니다. 청년들의 점이 모여 커뮤니티인 선과 면을 이룬다는 컨셉으로 진행하였습니다.



BRANDING

Chung-nyun cham

1/3

Situation

아이덴티티가 확립되지 않아 여러가지 로고/심볼이 혼재되어 사용되고 있음

웹페이지가 개설 되지 않아 페이스북 그룹을 사용하고 있어 공지 전달이 어려워 운영진과 멤버들 모두 불편함을 느끼고 있음

글이 밀려나는 현상으로 인해 원하는 커뮤니티
글을 찾아보기 어려움

Solution

사전 조사를 통해
청년참의 특성을 파악

청년참마의 아이덴티티 확립

커뮤니티 활동 활성화를 위한 방안 모색

온-오프라인 활동의 연계성 강화

Keyword

Identity Keywords

사람과 사람이
만나는 곳

Design Keyword

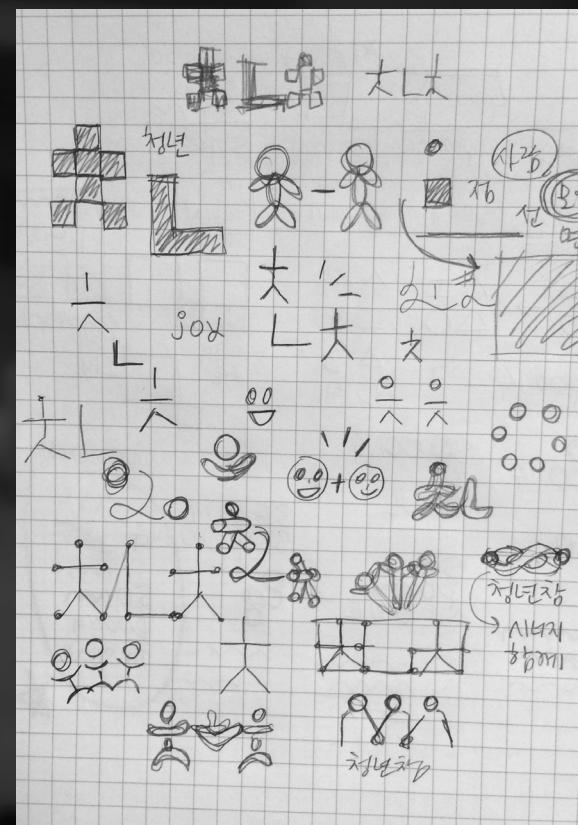
Creation

자유롭게 활동할 수
있는 즐거운 곳

Bright / Joy

청년들의 젊음과
열정이 있는 고장

Idea Sketch

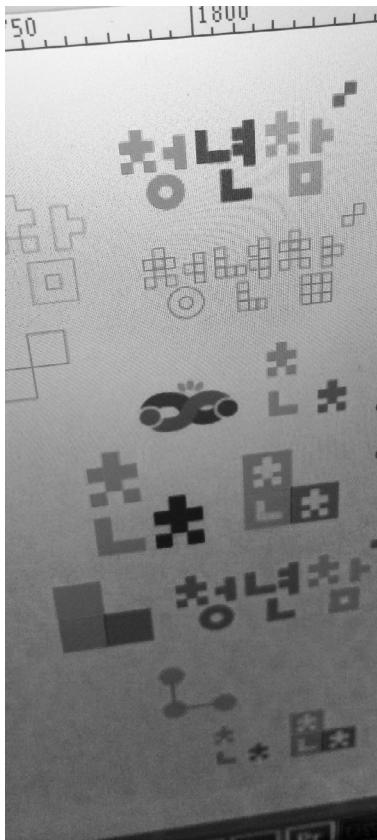


BRANDING

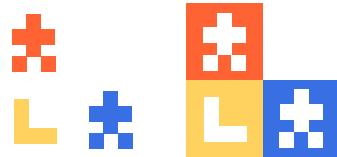
Chung-nyun cham

2/3

Draft



Symbol / Logotype



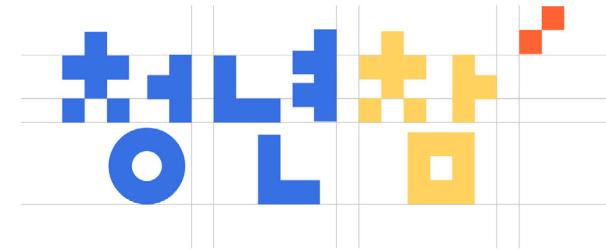
청년참의 자음
ㅊㄴㅊ을 활용

사람과 사람이
만나는 모습을
형상화

Color

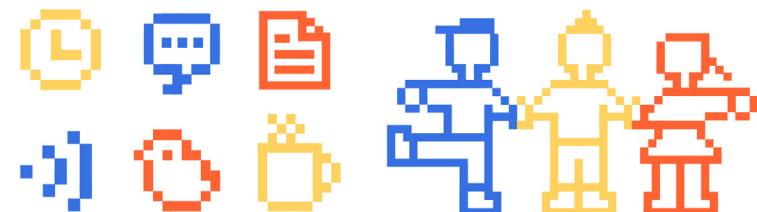
Joy orange	225 99 51 #FF6333
Bright Yellow	225 209 95 #FFD15F

Creation Blue
55 112 226
#3770E2



Illustration

오브젝트 픽셀아트를 활용, 여러 형태로 변화가 가능한 오브젝트들을 통해 청년참이 가진
creation 과 자유로움을 표현하고자 했습니다.



BRANDING

Chung-nyun cham 3/3

Web Design

The screenshot shows the '회원가입' (Membership Sign-up) page. It features a large orange header with the '청년참' logo. Below it is a form with fields for email (vdsomi@naver.com), community name (소속 중인 커뮤니티 이름), nickname (닉네임), and password (비밀번호 (6자 이상)). A large orange '등록하기' (Register) button is at the bottom. At the very bottom, there's a Facebook social sharing button and the text '페이스북 아이디가 있으신가요?' (Do you have a Facebook ID?).

프로젝트의 핵심 요소인 홈페이지를 디자인 하였습니다.

회원가입 페이지와 로그인페이지, 메인페이지와 홈페이지 주요 기능인 커뮤니티의 일상을 공유하는 페이지입니다.

This screenshot shows the main homepage of the Chung-nyun cham website. The top navigation bar includes links for 알림판, 커뮤니티 소개, 커뮤니티 데이, 커뮤니티 일상, and 열별. The main content area features a large image of people smiling, with text overlay '청년카뮤니티 지원사업' and '청년참'. Below this is a section titled '청년참' with a small illustration of two people. To the right is a text block about the project's purpose and a 'View more' button. At the bottom, there are sections for '대상' (Target), '지원방법' (Support Method), and '지원대상' (Supported Groups).

This screenshot shows a page listing various community events. The top navigation bar includes links for 알림판, 커뮤니티 소개, 커뮤니티 데이, 커뮤니티 일상, and 열별. The main content area has a blue header with '온라인 커뮤니티 데이' and '경기 커뮤니티 데이'. It displays six event cards with images and details: '일러스트파이' (Illustration Party), '풀소풍' (Pleasure Walk), '풀장' (Full House), '누름' (Nurum), '백수조찬모임' (White Rabbit Breakfast Meeting), and '도레미파스라시도' (Doremi Pasrashi). Each card includes a date, time, location, and a 'View more' button.

BRANDING

Pacific package

기존의 단상자 패키지 구조에서 불편한 점을 개선한 새로운 지기구조를 개발하였습니다.
손톱이 짧은 남성도 편리하게 개봉할 수 있는 단상자 패키지와 길고 좁은 형태의 단상자에서 쉽게 제품을 꺼낼 수 있는 패키지를 개발하였습니다.

DATE

2013/08 - 2014/01

CO-WORK

Lim su jin



BRANDING

Pacific Package

1/2

Ideation

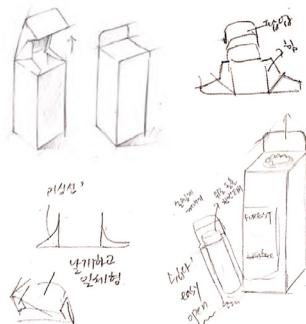


한번에 쉽고 편하게 꺼낼 순 없을까?

Keyword

All-in-one & Simple

Idea Sketch

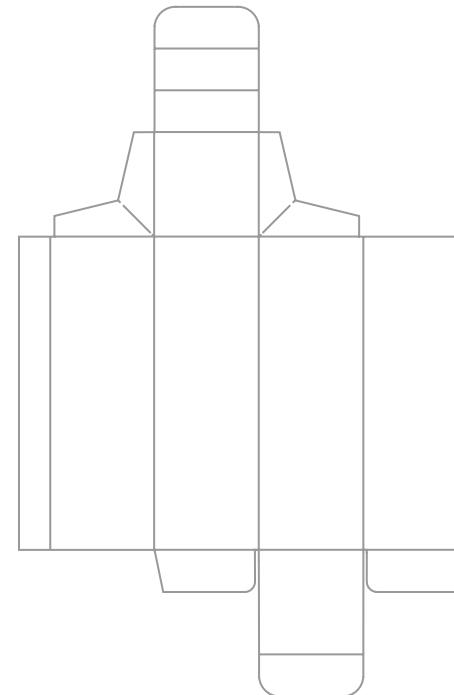


Package Design



손톱이 짧은 남성도 편리하게 개봉할 수 있는 단상자 형태의 지지를 개발하였습니다. 이니스프리 브랜드 특유의 심플함과 제품의 특징을 살리면서 새로움을 시도 하였습니다. 퍼시픽패키지 측의 요청에 따라 그래픽 요소는 변경 없이, 새로운 형태의 지지 개발에 집중하였습니다.

- 01 깔끔한 남성의 이미지를 연상시키는 올인원 컨셉의 패키지
- 02 손톱이 짧은 남성도 편리하게 사용할 수 있는 한번에 열리는 구조
- 03 기본 단상자 구조를 응용, 심플함을 강조
- 04 단단한 고정력으로 제품의 보호력을 높임



BRANDING

Pacific Package

2/2

Ideation

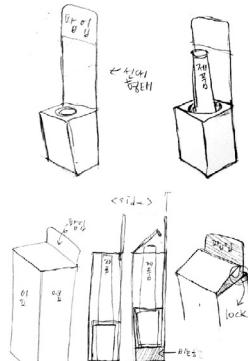


속눈썹이 올라가듯, 제품이 올라오며
개봉되는 즐거움을 담은 패키지

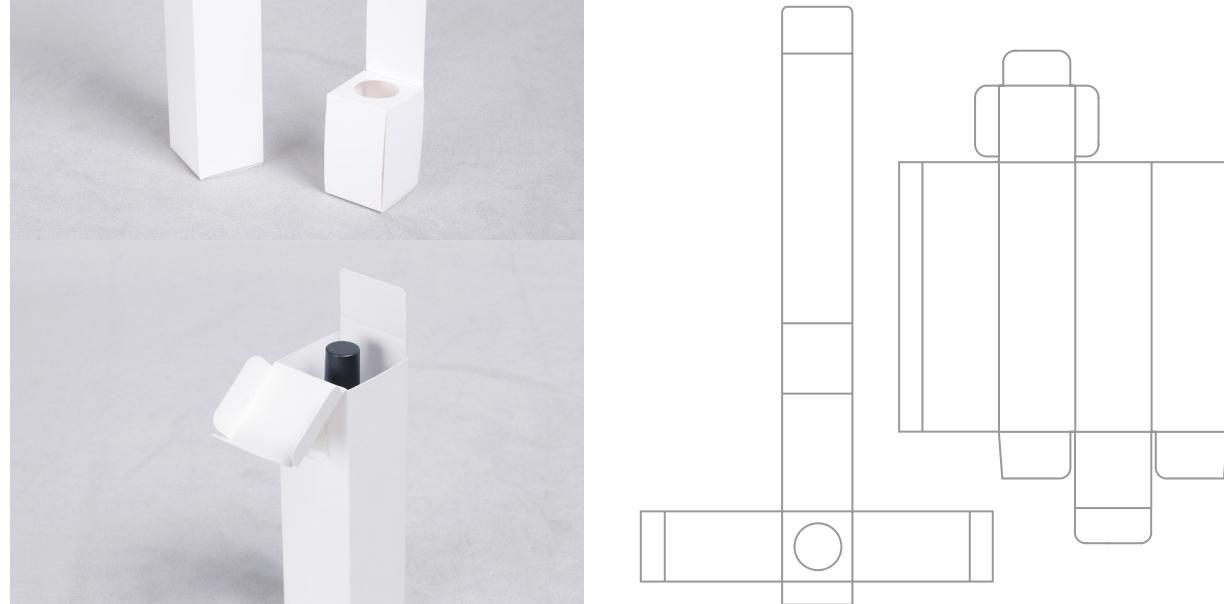
Keyword

Fun & Easy

Idea Sketch



Package Design



길고 얇은 제품을 꺼내기 쉬운 지지를 개발하였습니다. 눈썹이 올라간다는 제품의 컨셉을 지지구조에도 반영하였습니다.

- 01 제품 사용으로 속눈썹이 올라가는 모습에서 착안
- 02 팝업을 잡아당기면 제품이 올라오면서 자동으로 열리는 구조
- 03 선대로 인해 제품이 안정감 있게 올라오며 오픈

Movit

영화 티켓들은 물론, 영화에 대한 기억과 추억까지 모아 영화로 인해 추억을 쌓아 행복한 경험을 제공하는 모바일 어플리케이션을 기획/디자인 하였습니다.



DATE

2013/09 - 2013/12

CO-WORK

Phae su bin,
Jang eun seung

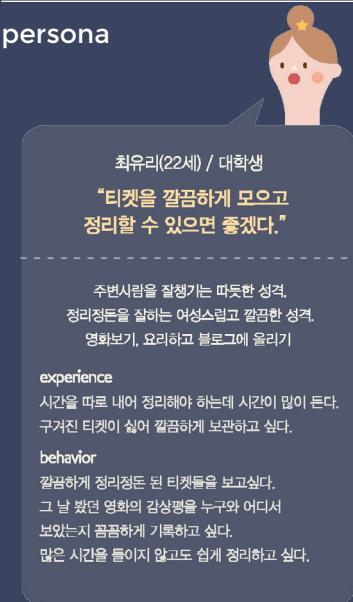
UI/UX DESIGN

Movit

Insight

내가 지금까지 본 영화를 누구랑 어디서 본 것인지 기록하고 싶다.
지저분한 티켓들을 깔끔하게 정리하고 싶다.
나만의 영화목록을 만들어 친구들에게 추천, 공유하고 싶다.

persona



Insight 를 바탕으로 다양한 UX 방법론을 거쳐 영화 티켓을 모으고 추천 영화 리스트를 공유하며, 영화에 대한 기억과 추억까지 모아 행복한 경험을 제공하는 Mobile Application 을 디자인 하였습니다.

Journey map



GUI design



Scenario



03 Portfolio

E-mart spaghetti sauce

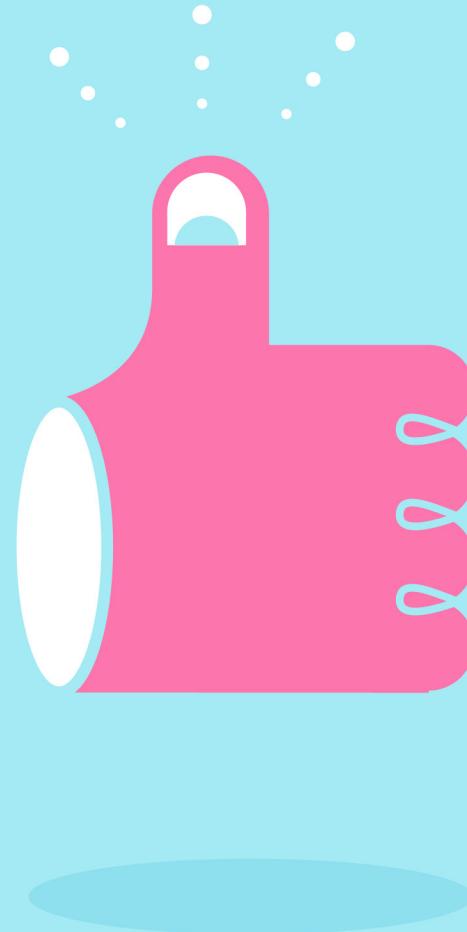
Beerstop

Choisto

Gvideo

Duksung & Pacific package

1 Day 1 Som project



BRANDING

E-mart Spaghetti Sauce

현재 시판중인 이마트 PB 상품인 비프, 크림 스파게티 소스 패키지 디자인입니다. 소분으로 포장되어 간단하게 먹을 수 있는 1인 제품의 특성에 맞게 귀엽고 아기자기한 컨셉으로 디자인 하였습니다.



DATE

2012/12 - 2013/02

CO-WORK
Walkbook

BRANDING

Beerstop

치어스의 새로운 스몰비어 브랜드 비어스탑을
브랜딩하였습니다. 누구나 가볍게 맥주를 즐길
수 있는 공간이라는 컨셉에 초점을 두어 로고
타입과 기본 어플리케이션 위주로 디자인하였
고, 전국의 비어스탑 매장에 적용되었습니다.

DATE

2014/09 - 2014/11

CO-WORK

Kim su bin, Lee young in,
Chae sang hee

Symbol / Logotype



BRANDING

Choisto

생활, 건강에 관한 사업을 추진하는 라이프스타일 전문기업 오션 글로비스의 새로운 식품 브랜드 초이스토를 브랜딩하고, 첫번째 식품 라인인 잡곡 패키지를 디자인 하였습니다.

DATE

2014/09 - 2014/11

CO-WORK

Kim su bin, Lee young in,
Chae sang hee

Naming

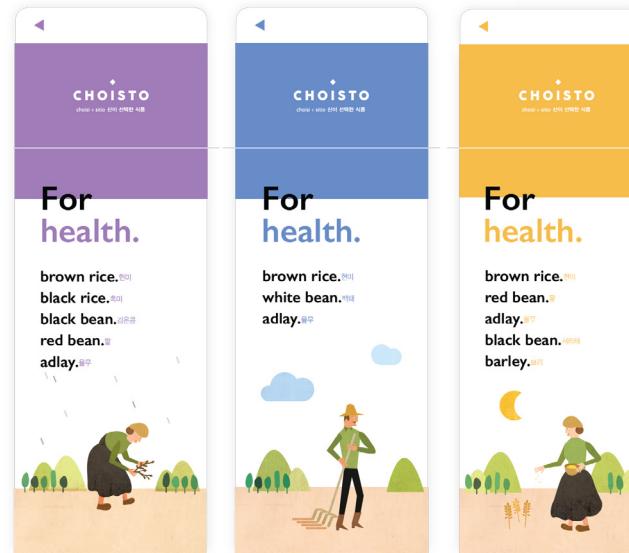
choisi [초이지]
신의 선택을 받은 + sitio [시티오]
식품의

choisto [초이스토]
신의 선택을 받은 식품

Logotype

◆
CHOISTO

Package Design



MOTION GRAPHIC

g

GVIDEO
Gvideo

성장동영상 만들기

가비아의 동영상 서비스 Gvideo의 성장동영상 A안 템플릿을 제작하였습니다. 성장비디오 컨셉에 맞게 밝고 톡톡튀는 색상을 사용하여 작업하였습니다.

<http://gvideo.co.kr>우리 아기 성장동영상
간단히 만들어보세

오직 엄마, 아빠만이 알 수 있는
양한 순간들의 감동 이제 GVIDEO
상으로 직접 표현해 보시

DATE

2012/12 - 2013/02

만들기

CO-WORK
NONE

성장동영상

돌잔치초대장

CYDEO

PIXPEEN

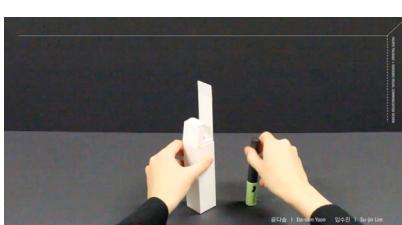


※ 오픈 이벤트 : 성장동영상을 무료로 만들어 보세요!

MOTION GRAPHIC

Duksung & Pacific package

덕성여자대학교 시각디자인학과 퍼시픽 패키지가 진행한 산학프로젝트의 최종 결과물로 영상을 제작하였습니다.



DATE
2013/08 - 2014/01

CO-WORK
NONE

ILLUSTRATION

1 day 1 som Project

우리 모두는 각각의 개성과 아름다움을 가지고 있다라는 아이디어를 바탕으로 하루에 1명씩 주변 사람들을 그려나가는 일러스트레이션 프로젝트입니다.

DATE
2014/09 - 2014/11

CO-WORK
NONE





THANK YOU

Contact me

dasom2yoon@gmail.com

010 - 2535 - 0813

