



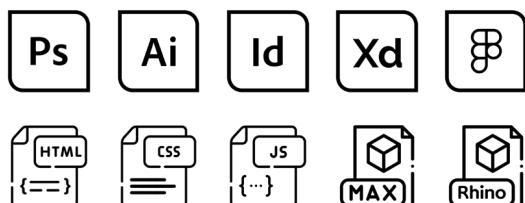
NAHEE'S
PORTFOLIO



오나희
OH Nahee

010 8898 3657
nahidesign@naver.com
<http://nahi.kr>

Skill



EDUCATION

- 2022.01 부산 IT 교육센터 프론트엔드디자인(웹디자인&웹퍼블리싱)수료
2020.08 동아대학교 산업디자인과 제품디자인전공 졸업
2018.02 동의과학대학교 산업디자인과 졸업

AWARD

- 2019.12 부산 국제 디자인 어워드 **아이디어상** - 악플방지포스터
2018.10 유니버설 놀이터 디자인 **입선**
2018.09 D2B 디자인 페어 **입선** - 우산 건조 디자인
2017.10 제 5회 민간 기능 경진대회 **입선** - 웹디자인 부문

EXPERIENCE

- 2020.05 ~ 2021.03 (주)디파츠 기획홍보팀 사원
2019.05 ~ 09 2019 UNIVEXPO BUSAN 브랜딩실 시각디자인팀
2019.08 ~ 12 (주)보수당 건강식품브랜딩 외주디자이너
2017.08 동의과학대학교 계단 아트 벽화 참여
2017.03 ~ 05 INDESIGN 대학생 멘토링 멘토 참여
2016.08 ~ 2017.10 중,고등학생 3D 프린팅 직업 체험 도우미 참여
2016.08 부산 영도 흰어울마을 벽화프로젝트 참여

LICENSE

- 2021.12 웹디자인기능사
2021.10 GTQ 그래픽 기술자격 1급

WEB

SEA LIFE BUSAN

GENTLE MONSTER - HAUS DOSAN

CARIZ

BI

FULLFULL

GRAPHIC

애플방지포스터

벨지움트래블

갤럭시 버즈 프로

질주본능

Refresh_Time

반려식물 BEST3

이벤트배너

BRANDING

UNIVEXPO BUSAN

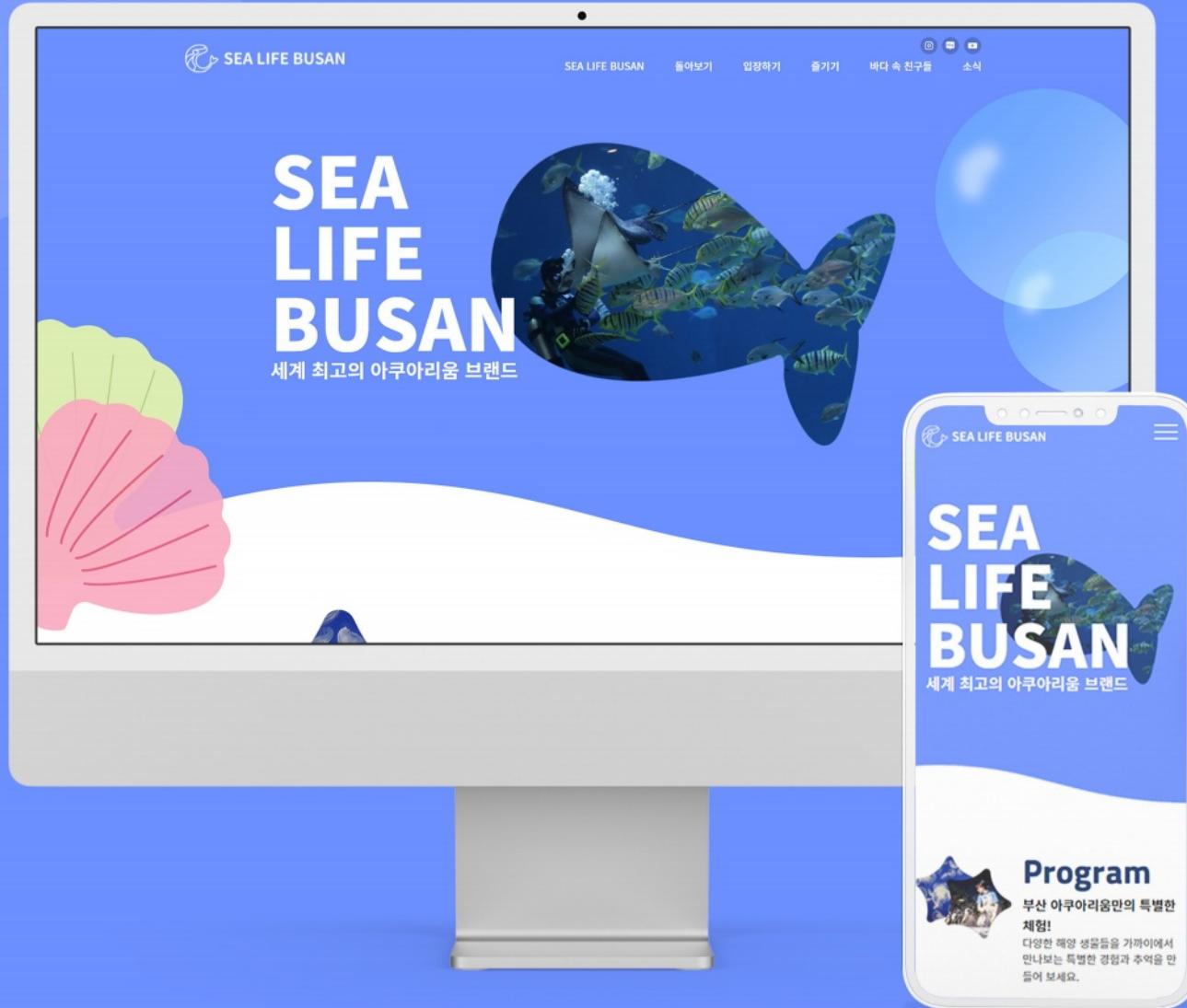
3D

따온; 조명

유니버설놀이터

봉산으로 오션

코인런드리



부산 아쿠아리움 SEA LIFE BUSAN

— FORM 반응형 웹사이트 제작

— WORK 개인 100%

— TOOL Photoshop, Illustrator, HTML5,
CSS3, Javascript, Jquery

**관광객들이 방문하기 전,
부산아쿠아리움의 다양한 컨텐츠와
직관적인 예매방법으로
재미와 정보를 동시에 제공 !**



BRAND STORY & ANALYSIS

부산하면 대표적으로 떠오르는 부산아쿠아리움입니다

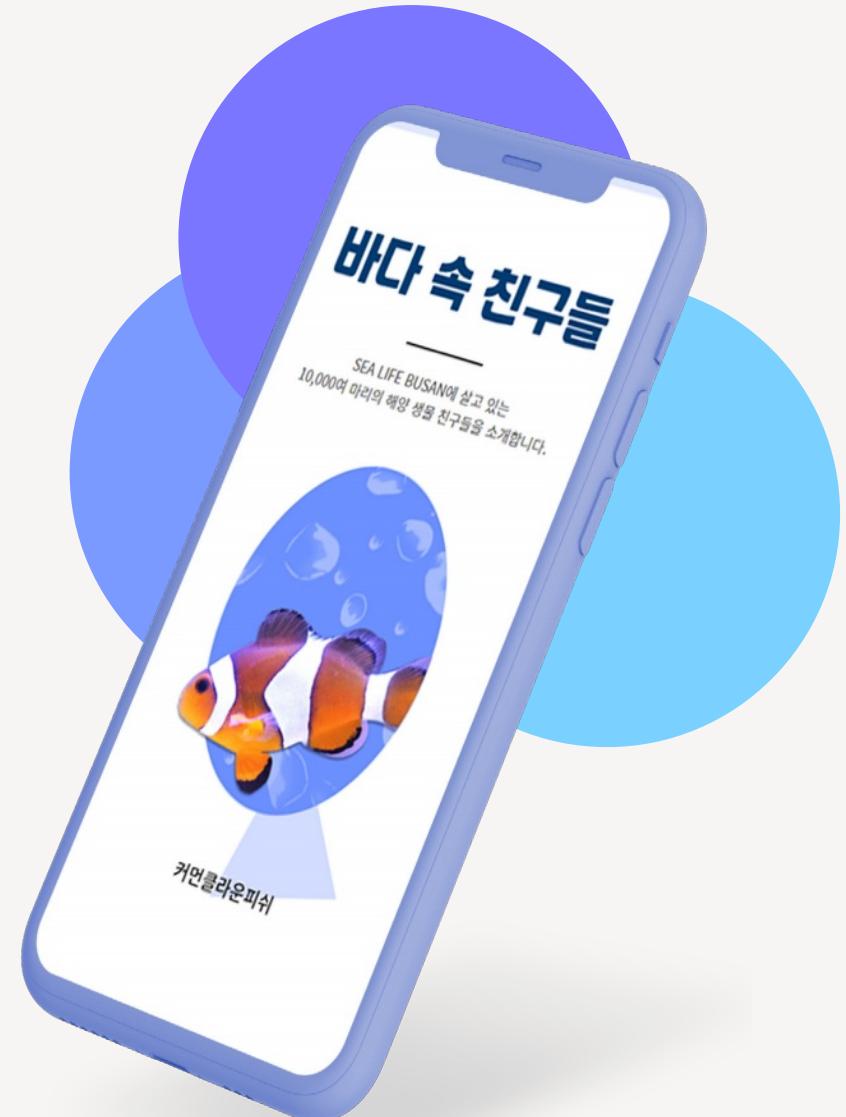
단순한 티켓판매뿐만 아니라 해양생물들을 알아가고 간접적으로 체험을 즐기는 공간으로 고객에게 아쿠아리움의 흥미를 유발시키는 공간으로 소비됩니다.

부산여행을 생각하는 사람들이라면 누구나 들어가 볼 홈페이지입니다. 하지만 사용하기 어렵고 컨텐츠들이 눈에 띄지 않으며 제일 큰 문제점은 채도가 높은 파란색이 전체적으로 사용되고 있기 때문에 촌스러움을 가지고 있습니다.

SOLUTION

리뉴얼 디자인의 컨셉은 기존 홈페이지처럼 입장권을 돋보이게 하기보다 SEA LIFE BASAN을 소개하는 컨텐츠를 메인으로 배치되고 강조하며 발랄한 느낌의 파스텔 톤 파란색을 사용함으로서 부드럽고 친근하게 다가갈 수 있는 컬러로 기획하였습니다.

KEY WORD

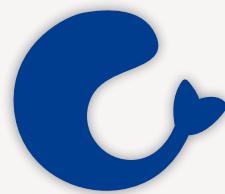


COLOR

바다와 친근함, 다양한 연령대의 타깃에 맞추어 부드러운 느낌의 파란색을 메인컬러로 설정하였습니다.



#6c90ff

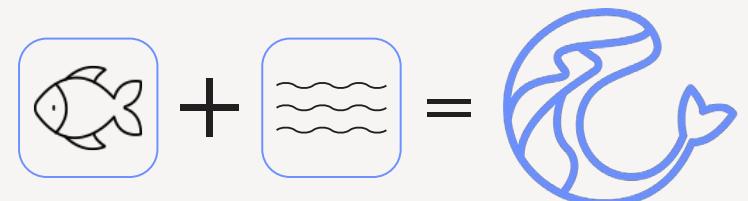


#003d90



#ffffff

LOGO SYMBOL & SIGNATURE



TYPOGRAPHY

Noto Sans KR

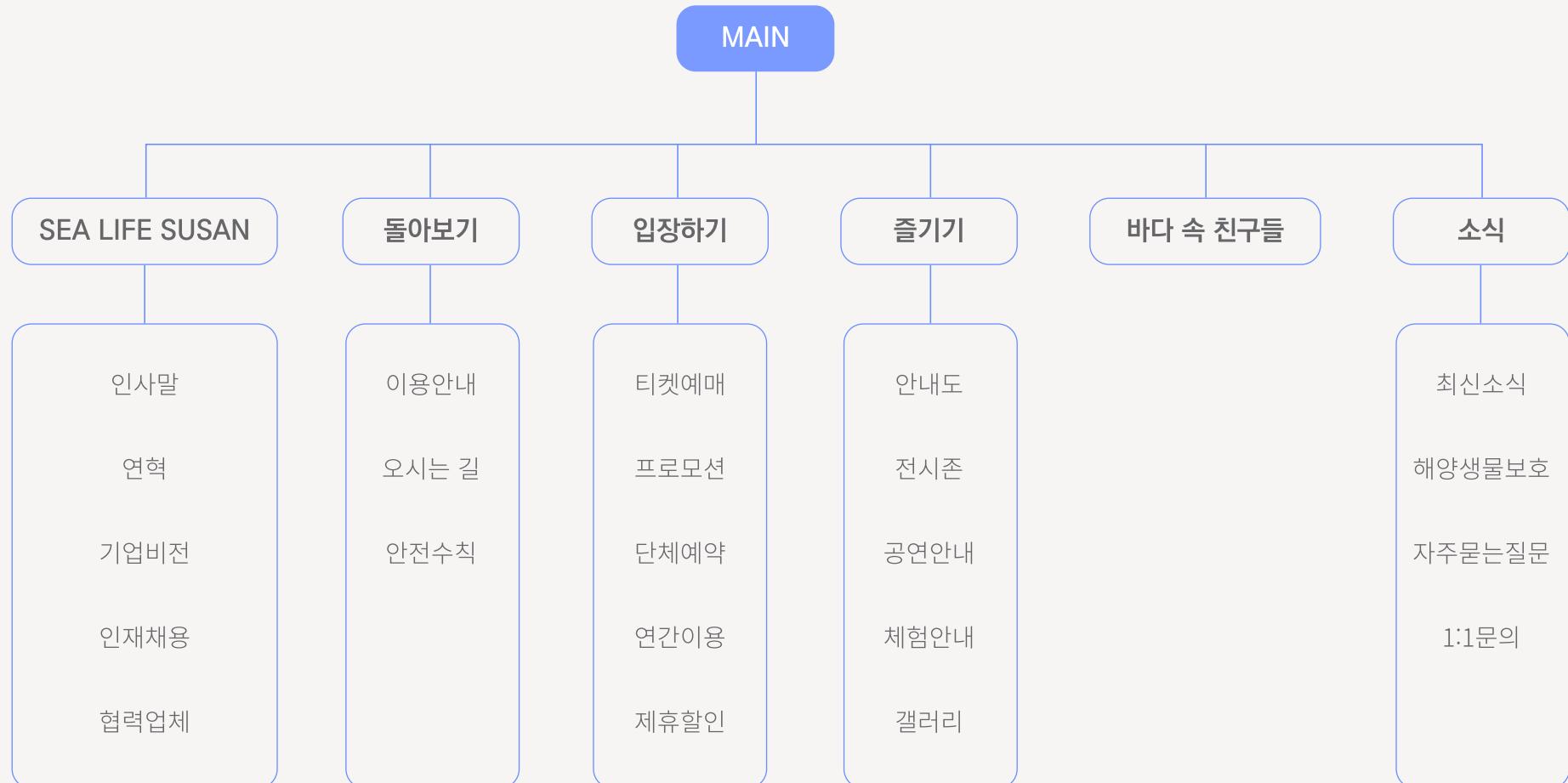
가독성이 가장 높은 'Noto Sans KR'을 사용하였습니다.

Recipiekorea

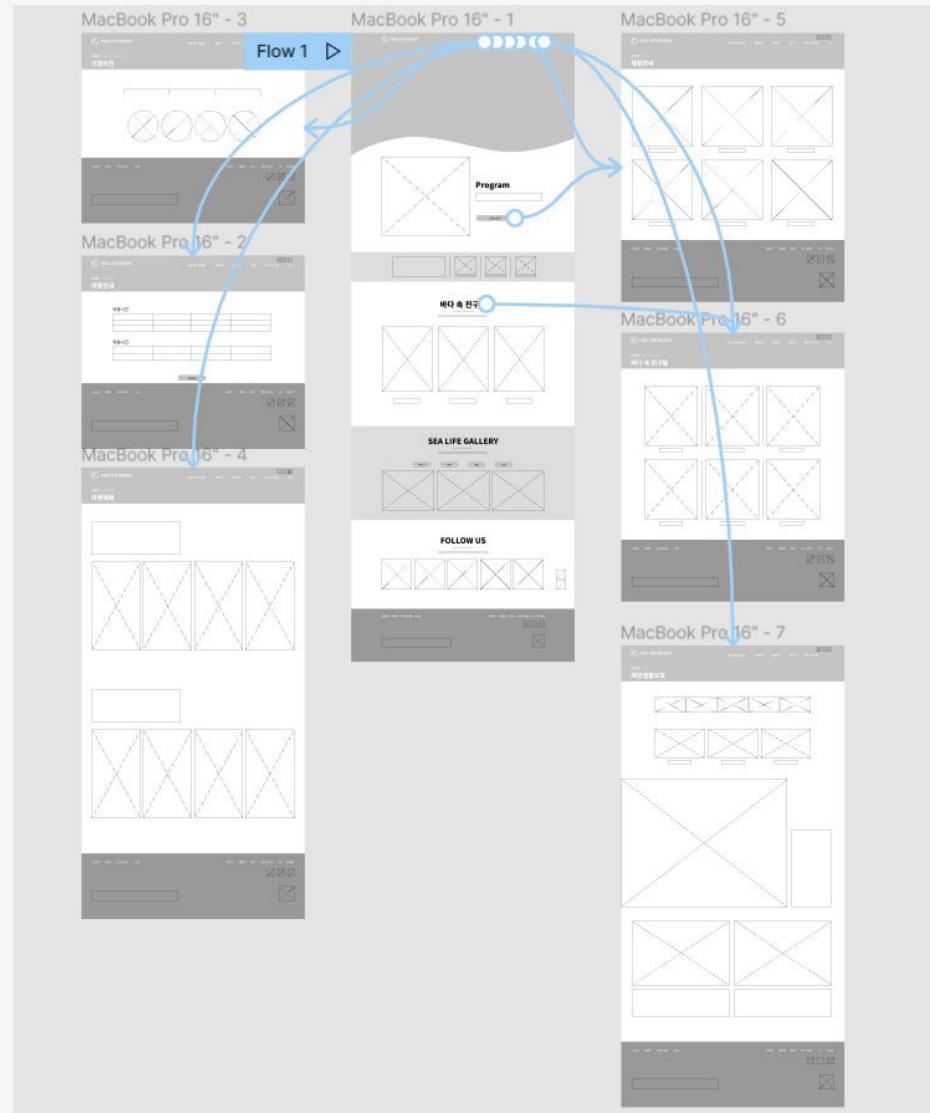
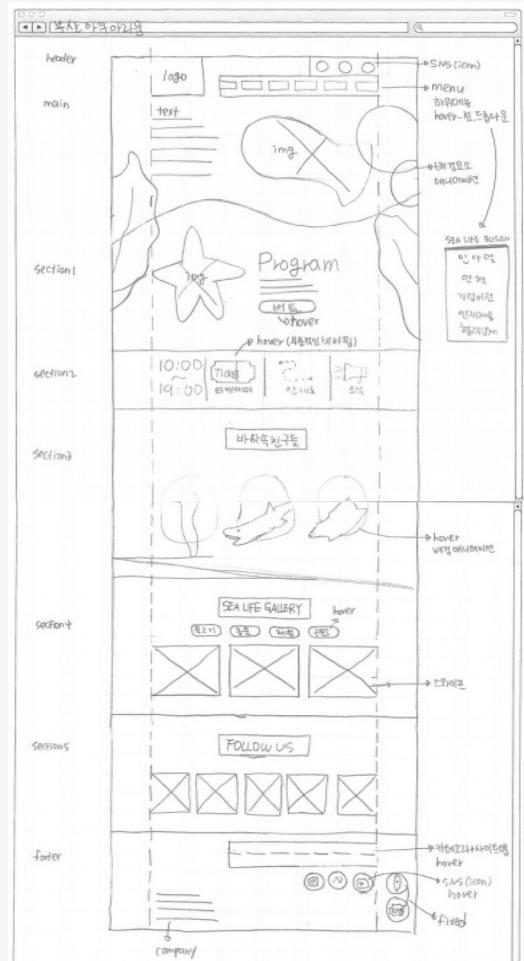
바다의 둥글둥글한 모습을 표현하기 위한 폰트로
'Recipiekorea'를 사용하였습니다

ICON





WIRE FRAME ▶ PROTOTYPING



SEA LIFE BUSAN
MAIN PAGE



상단메뉴 header

마우스 오버 시 드롭다운 메뉴 구현

메인화면 #main

조개, 해초, 물방울 일러스트에 애니메이션 효과를 적용시켜 움직임 구현

프로그램 #program

프로그램을 소개하고 버튼 마우스 오버 시 배경 색상 변경

주요 카테고리

중요한 카테고리를 선정하여 픽토그램을 활용하여 컨텐츠 구성

바다 속 친구들

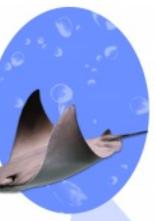
SEA LIFE BUSAN에 살고 있는
10,000여 마리의 해양 생물 친구들을 소개합니다.



커먼클라운피쉬



자카스 펭귄



카우노즈레이



호

SEA LIFE GALLERY

SEA LIFE 세상을 둘러다보아요

물고기 동물 체험 공연



FOLLOW US

SEA LIFE SNS



오늘만해 디闺蜜에 자주 찾는 질문 그1문제

SEA LIFE BUSAN 철학보기 입장하기 즐기기 바다 속 친구들 소식 사이드 링



제31회 부산영화제 해마다 해양生物영화제 2016(총 10주) | 주제: 바다에서 배우는 바다
서울영화제 41회 42회 | 대전영화제 43회 | 대구영화제 44회 | 광주영화제 45회 | 부산국제영화제 46회
대한민족 051-190-3700 | 팩스 051-749-1117 | 전북영화제 051-240-1113

바다 속 친구들 #friend

마우스 오버 시 배경 꼬리를 애니메이션효과를 적용시켜 좌우로 움직임 구현
플러그인을 활용하여 스와이프 이미지 적용

갤러리 #gallery

버튼 클릭시 JQuery를 이용하여 해당 버튼 배경색상 변경
플러그인을 활용하여 스와이프 이미지 적용

SNS #sns

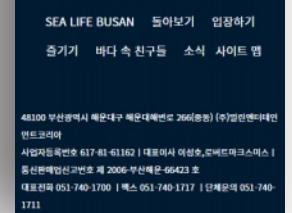
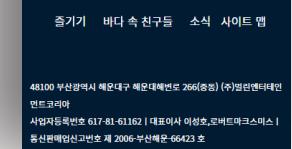
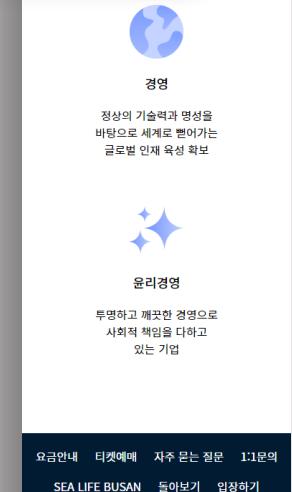
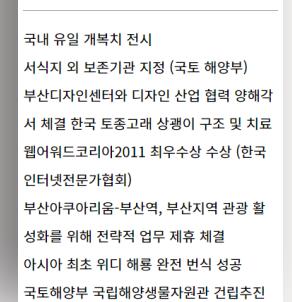
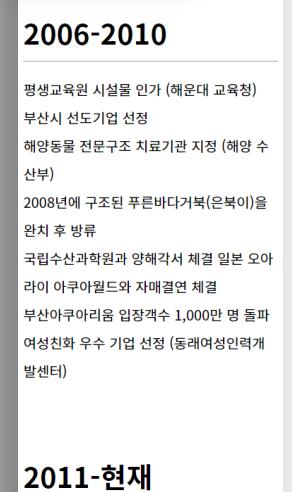
인스타그램 컨텐츠 썸네일로 배치
마우스 오버 시 해당 이미지 스케일이 커지면서 opacity 흰 배경 보임

하단메뉴 footer

SEA LIFE BUSAN SUB PAGE Moblid Ver

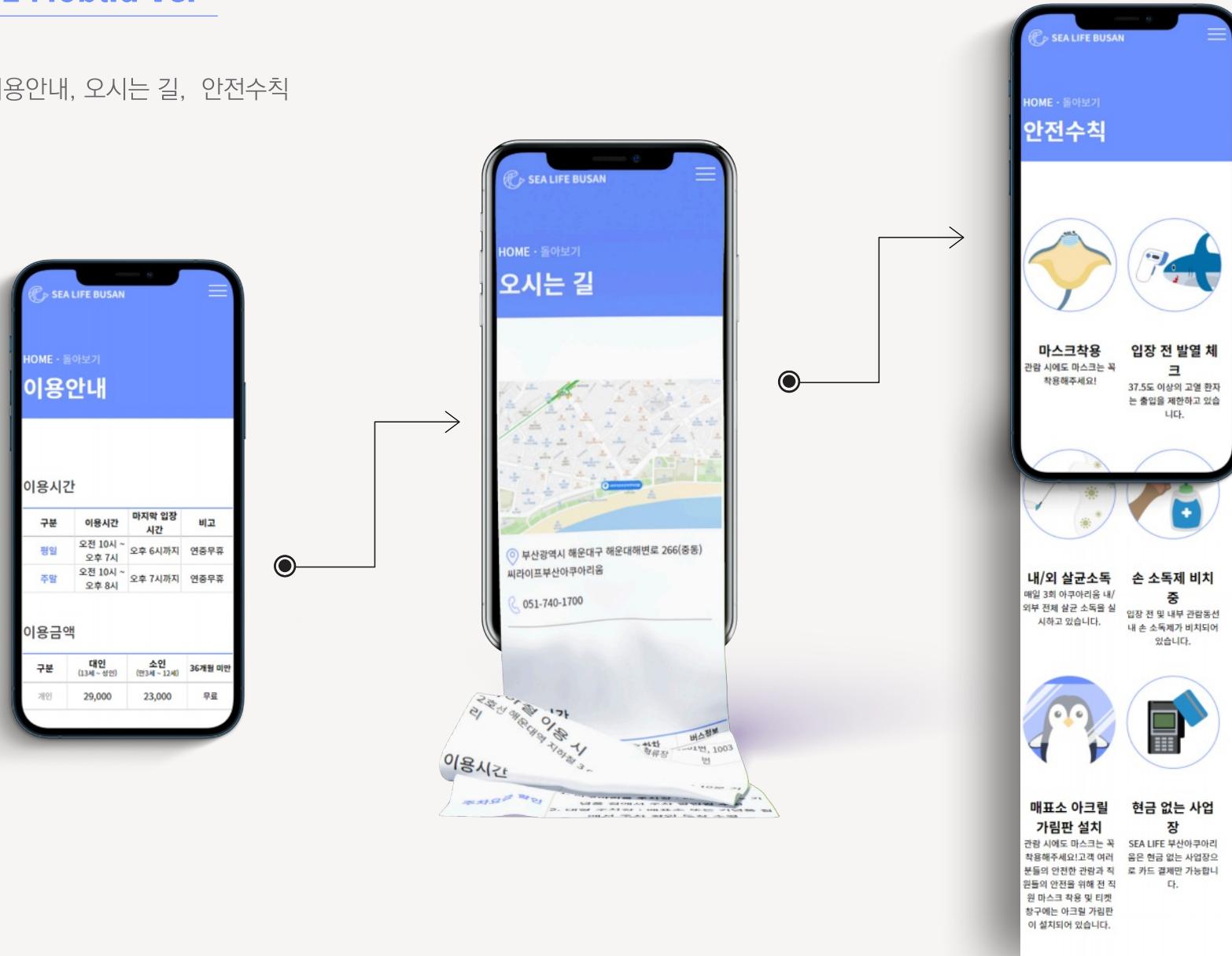
SEA LIFE BUSAN

〉 회사소개, 연혁, 기업비전, 인재채용, 협력업체



SUB PAGE Moblid Ver

[돌아보기](#) > 이용안내, 오시는 길, 안전수칙



SUB PAGE Moblid Ver

입장하기

〉 티켓예매, 프로모션, 단체예약,
연간이용, 제휴할인

The collage displays several mobile phone screens showing different sections of the SEA LIFE BUSAN website:

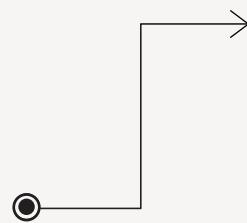
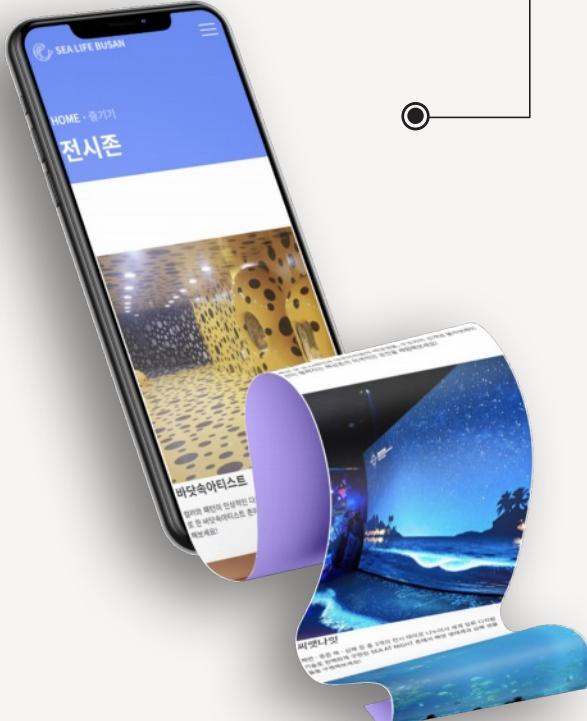
- Ticket Purchase (티켓예매):** Shows promotional banners for various ticket types, including "Annual Pass" (연간회원권) at 100,000 won and "Student Group" (학생단체) at 13,500 won.
- Promotions (프로모션):** Displays a grid of promotional posters for events like "Annual Pass" (연간회원권) at 19,000 won and "Student Group" (학생단체) at 13,500 won.
- Group Booking (단체예약):** Shows a section for booking groups, featuring a banner for "Annual Pass" (연간회원권) at 19,000 won.
- Annual Use (연간이용):** Describes the "Annual Pass" (연간회원권) which allows visitors to the Busan Aquarium to visit once a year.
- Collaboration (제휴할인):** Shows a section for collaboration discounts, featuring a banner for "Annual Pass" (연간회원권) at 80,500 won.
- Communication (통신사):** Shows a section for mobile carrier discounts, featuring a banner for "Annual Pass" (연간회원권) at 100,000 won.
- Card Application (카드사):** Shows a section for card application discounts, featuring a banner for "Annual Pass" (연간회원권) at 80,500 won.
- Other (기타):** Shows a section for other discounts, featuring a banner for "Annual Pass" (연간회원권) at 80,500 won.

The website features a blue header with the SEA LIFE BUSAN logo and a navigation menu. Each page includes a large image of an underwater scene with marine life.

SEA LIFE BUSAN
SUB PAGE Moblid Ver

즐기기

› 전시존, 공연안내, 체험안내, 갤러리

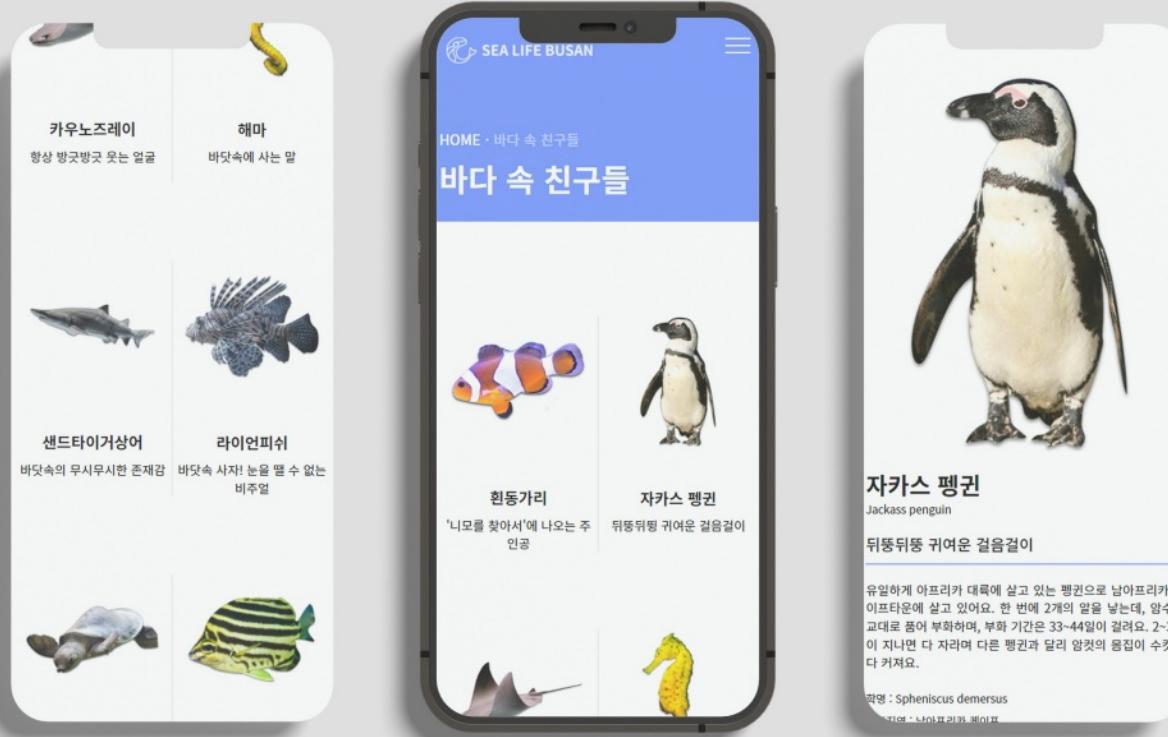


The mobile application interface for SEA LIFE Busan is displayed across four screens, each representing a different section of the '즐기기' (Enjoyment) category:

- 공연 (Performance):** Shows a large aquarium tank with a diver and text about dolphin shows.
- 체험 (Experience):** Shows a shark in an aquarium and text about shark boat rides.
- 갤러리 (Gallery):** Shows various aquarium scenes and a sidebar with icons for Fish (물고기), Animals (동물), Experience (체험), and Performance (공연).

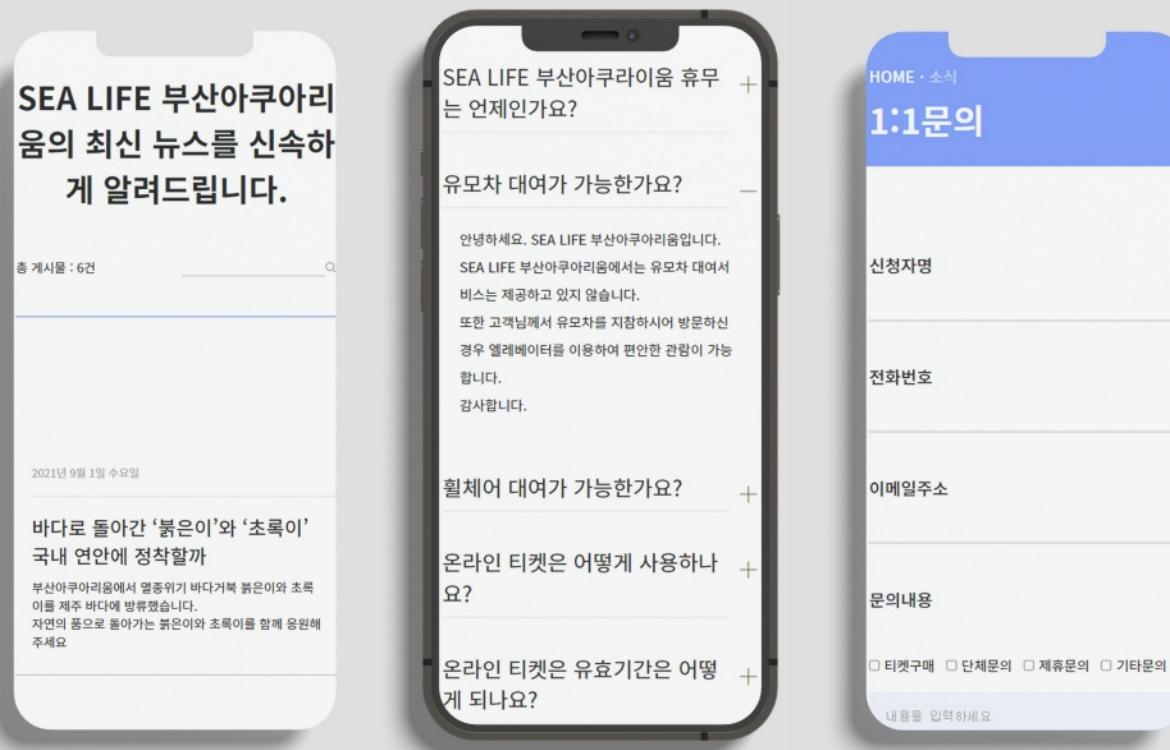
Each screen includes a circular navigation icon at the bottom left and a three-dot menu icon at the top right. The bottom of the screens features a horizontal scroll bar with a 'more+' button.

바다 속 친구들



소식

› 최신소식, 자주묻는질문, 1:1문의



소식

- 〉 해양생물보호
- 〉 해양생물보호, Breed Rescue Protect
보호활동, SEA LIFE Trust, 깨끗한바다 만들기

우리의 약속 · Our Commitment

여기 SEA LIFE에서 우리는 바다와 우리가 보호 할 수 있는 행운이라 여겨지는 많은 바다친구들을 전실히 돌보고 있습니다. 우리는 바다친구들에 대한 저본가입니다. 바다 친구들을 위해 제작된 특별 공간에서 그들 스스로 번식하며 살 수 있는 바다친구들과 함께하고 있습니다. 우리는 활발한 활동들하고 있습니다. 바다친구들을 보호 할 수 있는 다양한 활동들을 위한 단원서를 제작하고 관련 회의를 주체로 만들기, 구조, 재활 치료를 진행하며 또한 정부에 이들을 위한 단원서를 제작하고 관련 회의를 주체로 모든 종류의 중요한 해양 이슈들의 인지도를 높이는데 힘쓰고 있습니다.

요금안내 티켓예매 자주 묻는 질문 1:1문의
SEA LIFE BUSAN 돌아보기 입장하기
소식 사이트 맵

상괭이 보호활동

SEA LIFE 부산아쿠아리움의 모든 상괭이들은 어민들이 설치한 정치망에 들어와 나가지 못하고 그물에 엉켜서 부상을 당해 구조되어 있었습니다. SEA LIFE 부산아쿠아리움에서 건강을 되찾은 상괭이들은 다시 자연으로 돌아갑니다. 상괭이는 쇠돌고래과에 속하는 종으로 약 1.5m ~ 1.9m 정도의 크기에 몸무게는 72kg정도 되는 해양포유류입니다. 영어 이름에도 알 수 있듯이 일반 고래류들과는 달리 등지리미가 없는 것이 특징입니다. 고래류 중에서 몸집이 가장 작고 주둥이가 없으며 등근 앞 머리 부분이 입과 직각을 이루고 있습니다.

Here at SEA LIFE에서 우리는

SEA LIFE는 몇종 위기에 처한 가오리뿐만 아니라 세계에서 가장 큰 해마 번식 프로그램을 진행하고 있습니다. 리브랜딩과 투자로 새롭게 변한 SEA LIFE 부산아쿠아리움은 바다에서 그물에 걸려 그 수가 감소하고 있는 상괭이의 구조와 재활, 방류에 전념하기 위한 새로운 도전을 시작했습니다. 국립수산연구원 고래연구소와 함께하는 프로젝트인 "상괭이 보호" 프로그램은 고래를 소비하는 사람들로부터 고래를 보전하고 보호 하려는 생각의 전환에 대한 분명한 메시지가 될 것입니다. SEA LIFE 부산아쿠아리움은 고래의 보전에 대한 중심적 역할을 담당하는데 최선을 다하겠습니다.

그물 안에 먹이를 먹기 위해서 들어온 상괭이들이 수면 위로 올라오지 못해 숨을 쉬지 못하거나 외상을 입기도 합니다. 어민들과 해경의 제보를 받아 SEA LIFE 부산아래연구소는 상괭이 구조를 위해 현장에 즉각 상괭이를 구조, 건강상태를 확인하고 판단되는 경우 SEA LIFE 팀이 상괭이를 수영장에 풀어놓거나 헬기로 수송해 양호할 경우

HOME · 소식
해양생물보호
보호활동
Breed Rescue Protect
깨끗한 바다 만들기
SEA LIFE Trust

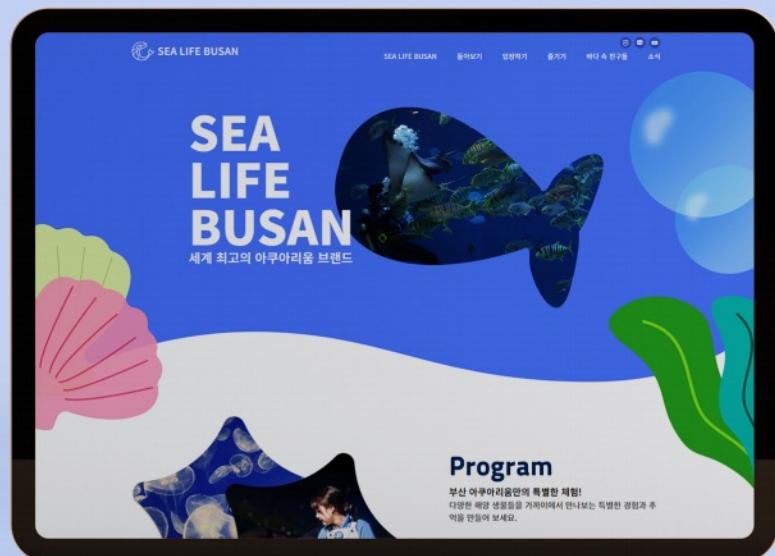
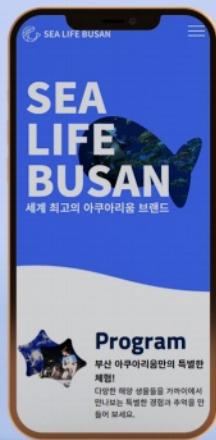
안녕하세요,
씨라이프 부산 아쿠아리움입니다.

SEALIFE TRUST KOREA '깨끗한 바다 만들기'에 참여해주시면 연간회원 분들과 더 나은 활동으로 기쁨나기 위하여 간단한 설문 조사 진행하오니 참만 시간을 내어 참여주시면 대단히 감사하겠습니다.

참가자명
이번 바다 정화 활동의 만족도는
매우만족 □ 만족 □ 보통 □ 위의 만족도를 선택한 내용을 입력하세요

The SEA LIFE
Marine
Conservation
Trust

우리는 다양한 환경단체와 함께 일하는 것을 자랑스럽게 생각합니다. SEA LIFE Trust는 해양생물과 환경 보존을 위한 자선단체입니다. 우리는 전 세계의 바다를 보호하기 위한 노력을 하고 있습니다. 포경과 고래고기 소비 저지 상어 지느러미 채취를 금지 책임 있는 어업 활동제한 해양보호구역 설정 오염을 줄이고 바다에 바다 플라스틱 폐기물 제거 혁신적인 보존 캠페인, 과학 및 교육 장려를 통해 우리는 해양생물의 무분별한 막기 위해서 노력하고 있습니다. 더 많은 정진행중인 캠페인에 관하여 알고 싶으시다면 트를 방문하세요.



GENTLE MONSTER

GENTLE MONSTER

HAUS

0 10 10 10 1

5 N 4 6 G

GENTLE MONSTER

HAUS

0 10 10 10 1

5 N 4 6 G

HAUS DOSAN

We would like to

GENTLE MONSTER

젠틀몬스터

HAUS DOSAN

— FORM 반응형 웹사이트 제작

— WORK 개인 100%

— TOOL Photoshop, Illustrator, HTML5,
CSS3, Javascript, Jquery

UNOPENED:FUTURE라는 주제의
첫번째 프로젝트의 시작으로
퓨처리테일의 방향성을 제시해 나갈
새로운 공간을 소개합니다

GENTLE GENTLE GEN
MONSTER MONSTER
HAUS DOSAN HAUS D

BRAND STORY

HAUS DOSAN은 앞으로 젠틀몬스터가 선보일 또 다른 퓨처리테일의 시작점입니다. 앞으로도 계속하여 브랜드의 새로운 시도가 만들어낼 공간들을 마주할 수 있을 것입니다. 젠틀몬스터와 더불어 감각적인 아름다움을 지향하는 코스메틱 브랜드 ‘탬버린즈’와 디저트를 통해 새로운 판타지를 구현하는 ‘누데이크’가 함께 입점합니다.

SOLUTION

검은색과 흰색으로 단조로운 느낌이 아닌 하우스도산만의 포인트 컬러를 찾아 적용하여 인트레티브한 요소들을 사용하여 사용자가 보는 즐거움을 줄 계획입니다.

KEY WORD**COLOR**

깔끔한느낌을 주기위해 메인컬러는 검은색으로 설정하였으며 고급스럽고 하우스도산만의 감각적인 느낌을 살리기위해 포인트컬러를 채도 높은 파란색을 설정하였습니다.

G

#000000

G

#0c00ff

G

#ffffff

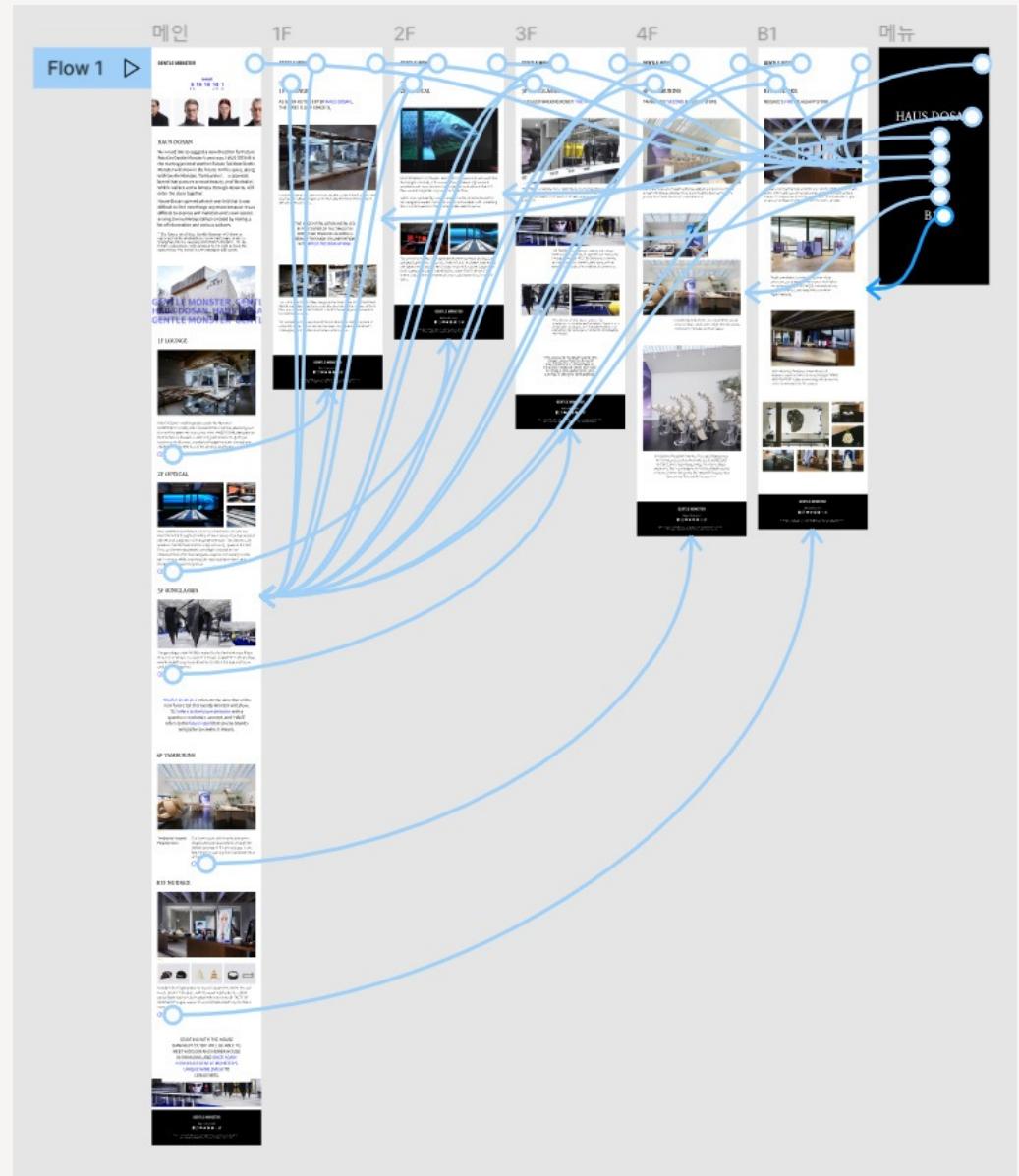
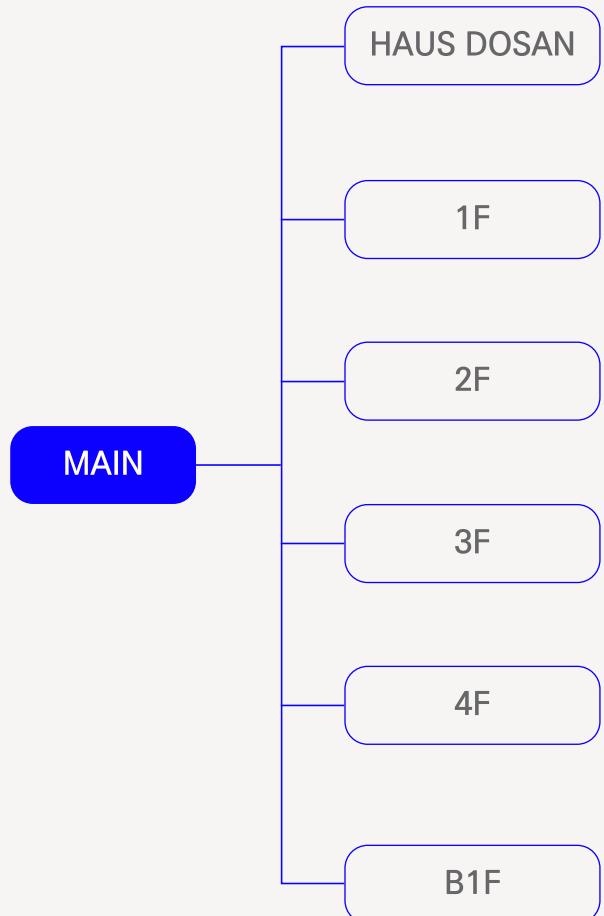
TYPOGRAPHY**Noto Sans KR**

가독성이 가장 높은 'Noto Sans KR'을 사용하였습니다.

KoPub Batang

한글이 아닌 영어를 사용하였을때 감각적인 모습을 보여주기 위해 'kopub Batang'을 사용하였습니다.

FLOW CHART ➤ PROTOTYPING



HAUS DOSAN MAIN PAGE

상단메뉴 header

메뉴버튼을 활용하여 카테고리가 들어나 있지 않으면 클릭 시 카테고리가 나타나면서 해당 카테고리에 마우스 오버 시 이미지가 나타남

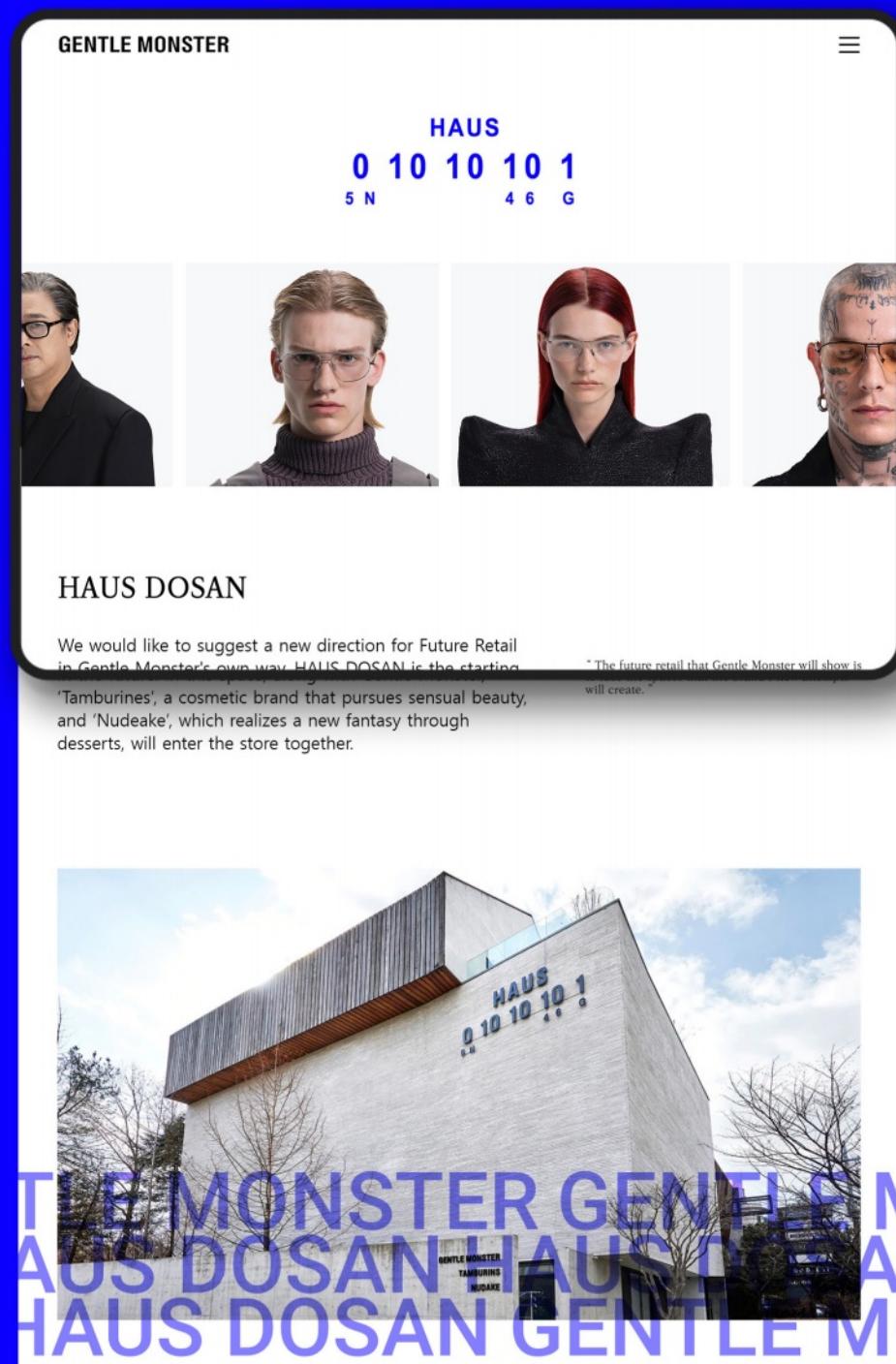


HAUS DOSAN #content01

하우스 도산을 소개하는 텍스트 컨텐츠로 포인트를 주기 위한 글에 명조체를 사용하여 강조

인터렉션 텍스트 #content02

GENTLE MONSTER 와 HAUS DOSAN 텍스트가 가로로 이동하는 인터렉션 요소를 적용



LOUNGE #content03

플러그인을 활용하여 스와이프 이미지 적용
About Us 버튼 마우스 오버 시 인터랙티브
요소 적용 클릭 시 해당 페이지로 이동



1F LOUNGE



HAUS DOSAN is the first project under the theme of UNOPENED:FUTURE, which Gentle Monster will be presenting over the next few years. As soon as you enter HAUS DOSAN, the space on the first floor is focused on delivering new emotions, giving up function and efficiency, in order to change the static concept and afterimage of the first floor of the existing retail space.

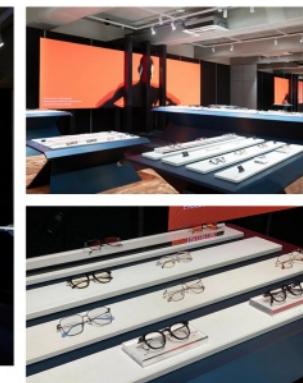
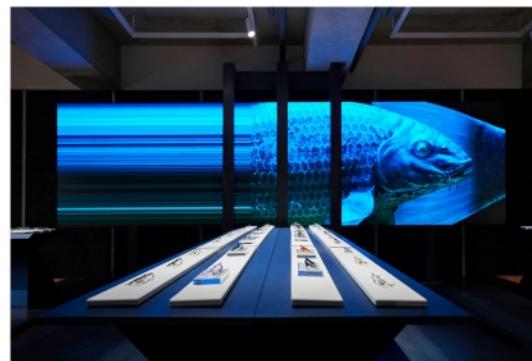
> About Us

OPTICAL #content04

스크롤 이미지를 적용하여 해당 요소가 보이지 않았다가 적당한 위치에 왔을 때, 밑에서 올라오며 보임



2F OPTICAL



HAUS DOSAN's Gentle Monster store is the first experiment and result from the thought of looking at the essence of each product of glasses and sunglasses with separate emotions. The glasses-only space on the 2nd floor and the sunglasses-only space on the 3rd floor, which were expressed by in-depth research on the characteristics of the two categories, express contrasting moods and concepts, while presenting the new retail experience that Gentle Monster seeks to pursue.

> About Us

3F SUNGLASSES

SUNGASSES #content05

2단 배열로 왼쪽은 해당공간에 대한 설명 텍스트와 오른쪽에는 플러그인을 활용한 스와이프 이미지 배치

TEXT #text01

파란색 텍스트에 파란색박스로 가려져있어 텍스트가 보이지않음, 적당한 위치에 왔을 때, 박스가 가로로 줄어들며 사라지면서 해당 텍스트가 보임

TAMBURINS #content06

플러그인을 활용하여 스와이프 이미지 적용
About Us 버튼 마우스 오버 시 인터랙티브 요소 적용 클릭 시 해당 페이지로 이동

3F SUNGLASSES

The genealogy robot PROBE, created by the Gentle Monster Robot Research Institute over a year of research, is located on the 3rd floor, where discontinuity is expressed as if parts of the past and future worlds were separated.

> [About Us](#)



'HAUS 0 10 10 10 1' refers to the direction of the new future tail that Gentle Monster will show. '01' refers to the future direction with a quantum mechanics concept, and 'HAUS' refers to the [future retail](#) that several brands will gather to create. it means.

4F TAMBURINS



Tamburins' second Flagship store

The Dosan store, which seeks to express elegant and special emotions through the delicate balance of the entire space, is the beginning of a journey that shows the future of Tamburines.

> [About Us](#)

NUDAKE #content03

플러그인을 활용하여 스와이프 이미지 적용
Nudake만의 특별한 디저트들을 보여줌

B1F NUDAKE



Nudake's first flagship store in Korea is located on the B1 floor of House Dosan. This space, with its overall restrained mood and partial blank balance, is designed with the theme of "TASTE OF MEDITATION" to give visitors an atmosphere where they can focus more on taste.

> About Us



TEXT #text01

파란색 텍스트에 파란색박스로 가려져있어
텍스트가 보이지않음, 적당한 위치에 왔을
때, 박스가 가로로 줄어들며 사라지면서 해
당 텍스트가 보임

Starting with the house bankruptcy, you
will be able to meet a bigger and newer
house in Shanghai, and
once again introduce Gentle Monster's
unique worldview to consumers.



GENTLE MONSTER

전통몬스터를 만나보세요

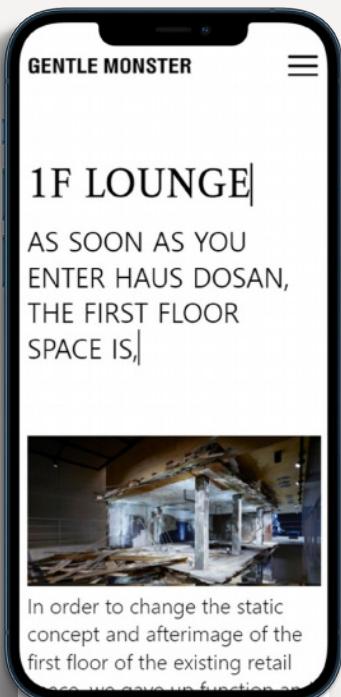


footer footer

젠틀몬스터의 sns 아이콘들을 가로정렬로
배치하여 보여줌

HAUS DOSAN

SUB PAGE Moblid Ver



THE HUGE INSTALLATION INSTALLED IN THE CENTER OF THE SPACE IS A WORK THAT MADE HIS 3D WORK A REALITY THROUGH COLLABORATION WITH ARTIST FREDERIK HEYMAN.

You can start on the first floor and go up the stairs to see it from the M floor. Robots move like breathing in a ruin-like structure. At the counter on the M floor, you can see Heiman's 3D art, which is the prototype of

3D art, which is the prototype of the work on the first floor, in video.

The installation is the signature of this HAUS DOSAN, creating a scene of unfamiliar union that no one has ever seen, and represents the brand's challenging spirit that Gentle Monster wants to show.



HAUS DOSAN's Gentle Monster store is the first experiment and result from the thought of looking at the essence of each product of glasses and sunglasses with separate emotions. The glasses-only space on the 2nd floor and the sunglasses-only space on the 3rd floor,

sunglasses-only space on the 3rd floor,

which were expressed by in-depth research on the characteristics of the two categories, express contrasting

presenting the new retail experience that Gentle Monster seeks to pursue.



The second floor, featuring only Gentle Monster's eyewear products, was designed based on two keywords: 'minimal' and 'moderate'. In the media installation, which moves heavily in the center of the space, London and Berlin-based artist JONAS LINDSTROEM's video 'TRUTH OR DARE' is shown, injecting a strange sense of tension and rhythm into the refined space.



6-LEGGED WALKING ROBOT THE PROBE



The PROBE, a pedigree robot created by Gentle Monster Robot Lab over a year of research, is located on the 3rd floor, where the discontinuity is expressed as if parts of the world of the past and future have been separated.



THE PROBE, a mechanical creature with a huge body and delicate skin, is a symbol that represents the big theme that HAUS DOSAN wants to convey, and represents the brand's challenging spirit to constantly stimulate the emotions of consumers.





"The theme of this place, a space for

and initiative. Since it was developed and expressed through a robot, it is delivering the message of endlessly challenging and trying."

"The goal is to revitalize the store and **stimulate new emotions** of consumers by placing robots that are not suitable for shopping and . . . impression."

GENTLE MONSTER

4F TAMBURINS

THE SECOND FLAGSHIP STORE OF THE TAMBURINS

The Dosan store, which seeks to express elegant and special emotions through the delicate balance of the entire space, is the beginning of a journey that shows the future of Tambourines.



Inspired by 'nature', this store has set the overall mood in black, white and sunlight to best express the beauty of a balanced blank space.



In addition, we added grandeur through collaborations with various artists such as Kwak Chul-an, MERCEDES VICENTE, and Casper Kang. Lastly, the kinetic object inspired by the 'reed' swaying in the wind was produced in-house, further enhancing the values of 'elegance and specialness' pursued by tambourines.

GENTLE MONSTER

B1F NUDAKE

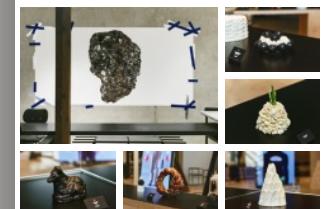
NUDAKE'S FIRST FLAGSHIP STORE

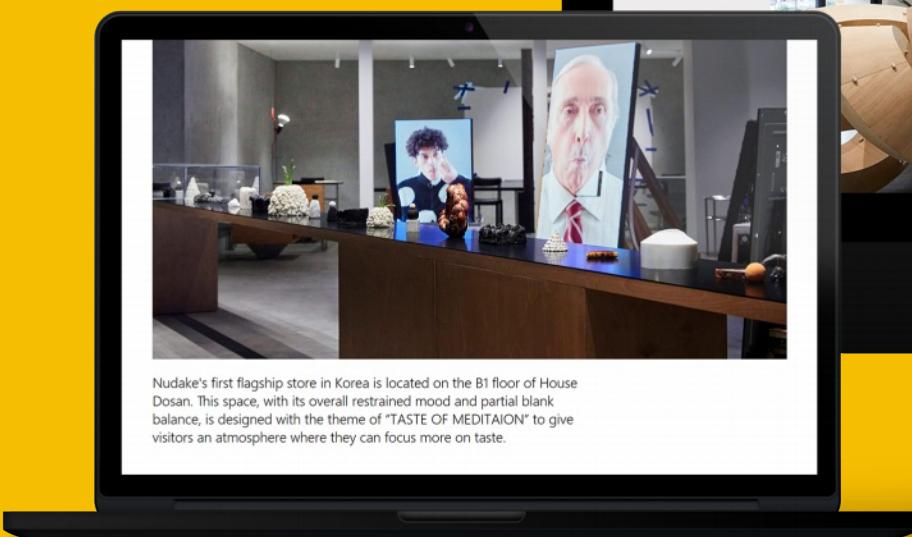
Nudake's first flagship store in Korea is located on the B1 floor of House Dosan. This space, with its overall restrained mood and partial blank balance, is designed with the theme of "TASTE OF MEDITATION" to give visitors an atmosphere where they can focus more on taste.



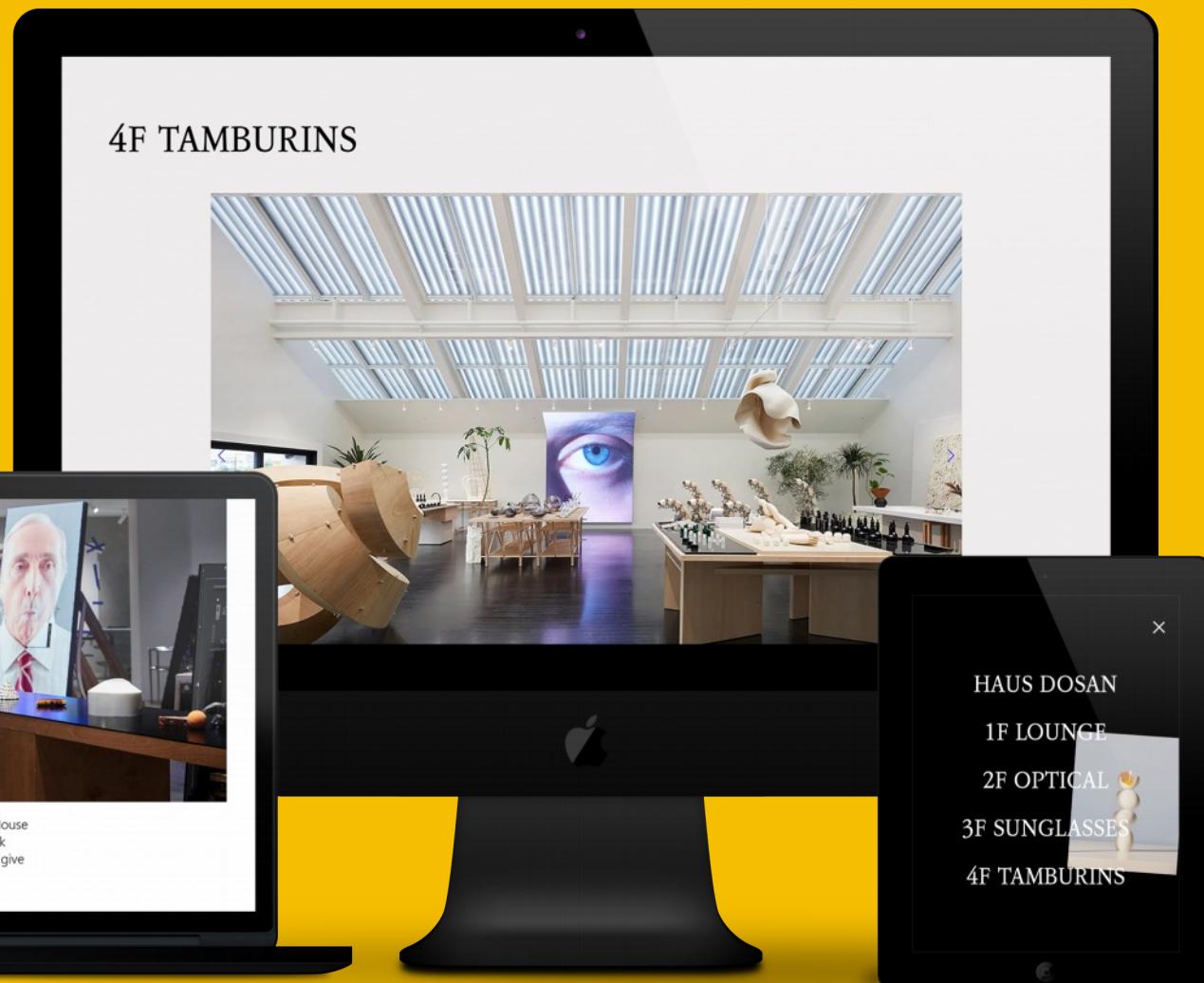
Media installation, located at the center of the space, was completed in collaboration with Italian visual artist ANDREA ARTEMISIO, and wittily shows people's emotions and repetitive movements regarding taste.

Upon entering the space, a new concept of desserts completed with the brand's slogan "MAKE NEW FANTASY" is placed on a long table across the center to stimulate the five senses.





Nudake's first flagship store in Korea is located on the B1 floor of House Dosan. This space, with its overall restrained mood and partial blank balance, is designed with the theme of "TASTE OF MEDITATION" to give visitors an atmosphere where they can focus more on taste.



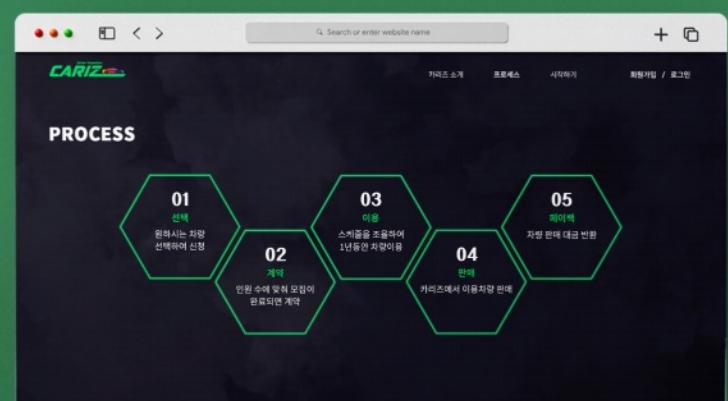
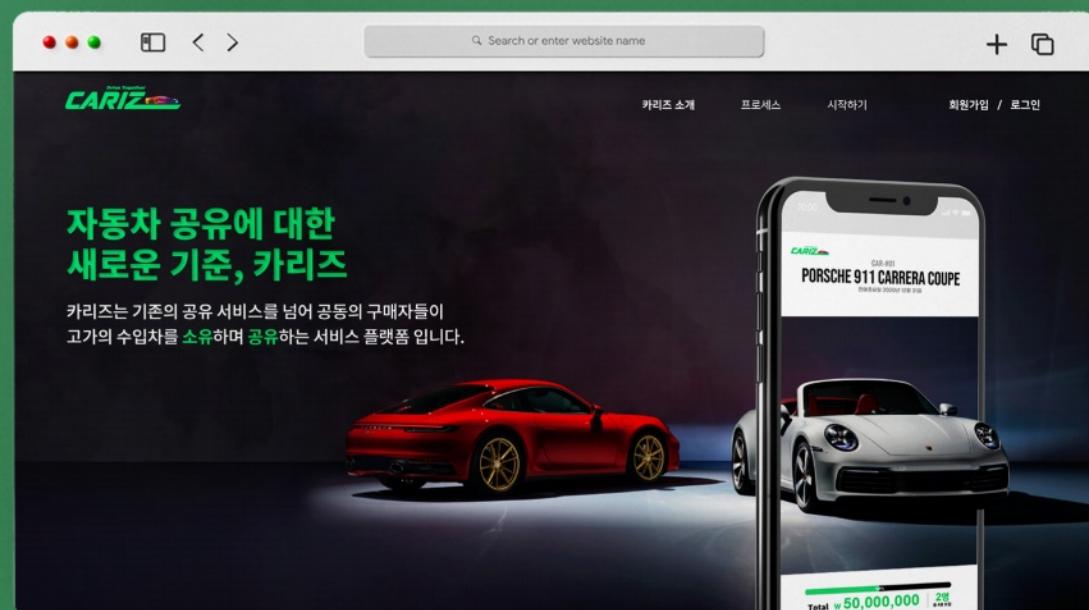
WEB DESIGN

03 CARIZ

BRAND STORY

공유서비스 플랫폼이 빠르게 성장하고 있습니다.

수많은 공유서비스들 중 카리즈는 기존의 공유 서비스를 넘어 차량을 공동 구매하고 고가의 수입차를 소유하며 공유하는 서비스 플랫폼입니다.



GRAPHIC DESIGN

04 악플방지포스터

WORK 개인 100%

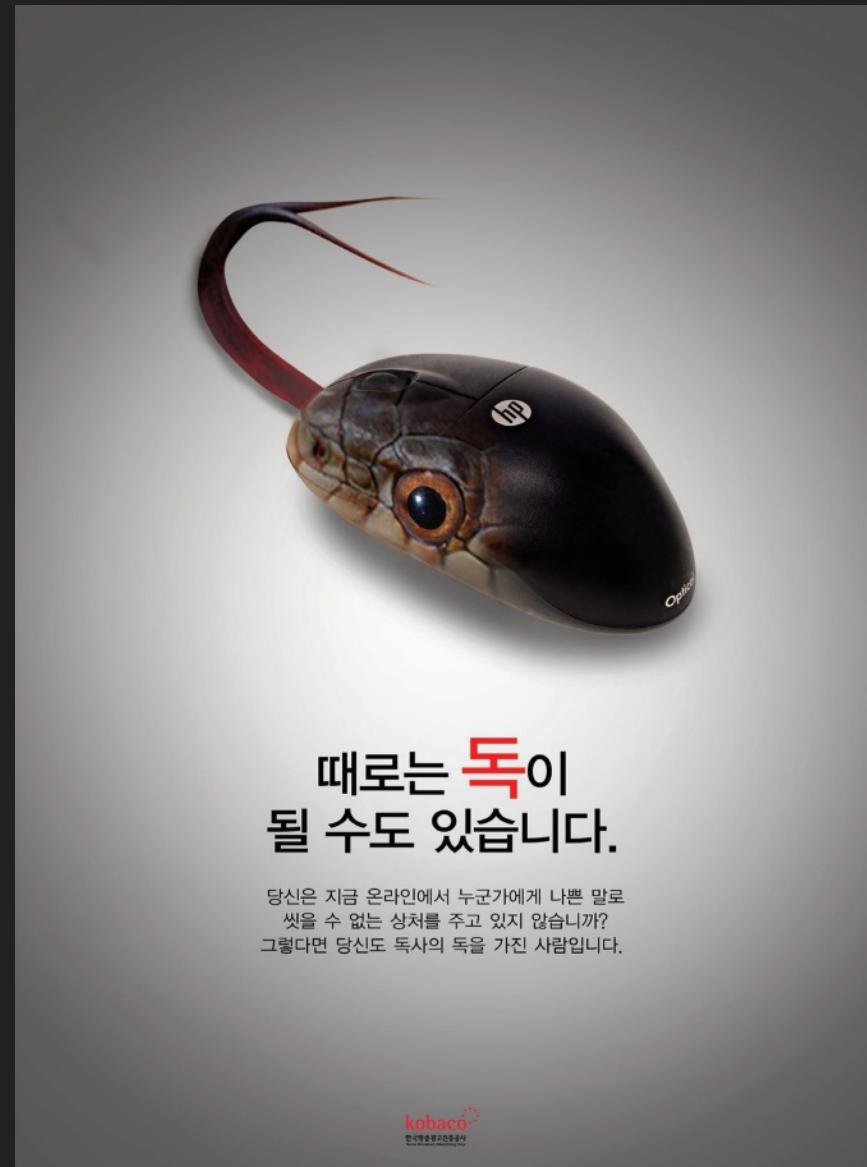
TOOL Photoshop

SIZE 594x841

AWARD 2019.12 부산 국제 디자인 어워드 아이디어상

CONCEPT

악플의 경각심을 알리기 위한 공익 광고 포스터입니다.
사람들은 무심코 쓴 악플이 상대방에게 얼마나 상처를
주는지 생각하지 않고 악플을 씁니다.
상대방에게 주는 상처를 뱀의 독에 빗대어 표현하였으
며 무서운 독을 가진 뱀의 모습을 최대한 살려서 분위
기를 무겁게 표현하였고 고딕체를 사용하여 악플에 대
한 심각성을 강조했습니다.



GRAPHIC DESIGN

05 벨지움트래블

WORK 개인 100%

TOOL Photoshop

SIZE 210x297 / 600x1800



CONCEPT

종이 텍스쳐를 활용하여 유럽 분위기를 나타내였습니다.
텍스쳐와 메뉴에 어울리는 컬러를 설정하여 라인과 큰
메뉴를 분리시켜주었습니다.

고객들이 읽기 쉬운 레이아웃을 설정하였습니다.



GRAPHIC DESIGN

06 Galaxy Buds Pro

WORK 개인 100%

TOOL Photoshop

SIZE 860px x 9120px



Galaxy Buds Pro

최고 수준의 액티브 노이즈 캔슬링, 대화를 감지하는 AI 알고리즘 기술, 스튜디오를 통째로 담아낸 듯한 예술적인 사운드까지.

무선 이어폰의 기준을 새롭게 바꿀 갤럭시 버즈 프로를 만나보세요.

접도식 마이크
인텔리전트 ANC

프리미엄 Hi-Fi 사운드

설계부터 디자인까지 품화를 길

360°

편의성과 몰입감 있는 360° 오디오

편리한 사용
오토스위치

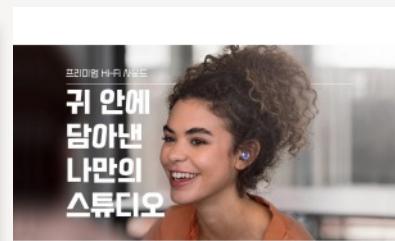
체크한 음성 비서
비스비 헬즈

인텔리전트 ANC
소음에서 벗어나 소리에 집중합니다

최고 수준의 노이즈 캔슬링

갤럭시 버즈 프로를 귀에 꽂는 순간 세상의 소음을 당신 곁에서 사라집니다.
내외부 마이크가 실시간으로 소음을 모니터링해 주변 소음을 최대 99 % 필터링하는 액티브 노이즈 캔슬링 기술 덕분이죠.
이뿐만이 아닙니다. ANC 강도 조절이 가능해 주변 환경에 따라 ANC 레벨을 조절할 수 있습니다. 출근길 지하철에서는 강하게, 한적한 도서관에서는 약하게. 한결같은 고요함을 느껴보세요.

프리미엄 Hi-Fi 사운드
귀 안에 담아낸 나만의 스튜디오



매일 당신만을 위한
라이브 공연이 시작됩니다

AKG 사운드가 적용된 맞춤형 2-way 스피커는 깊은 저음과 자연스러운 중음, 명료한 고음에 이르기까지 모든 음역대에서 원색에 가까운 사운드를 선사합니다. 덱본에 막, 힙합, 발라드, 클래식, 뮤지컬 등 장르에 상관없이 절정의 음색과 음질로 몰입감 있게 감상할 수 있습니다.



생생하고 몰입감 있는
360° 오디오



갤럭시 버즈 시리즈 사상 최초로 탑재된 Dolby Head Tracking™ 기술로 영화, 드라마 등 영상을 볼 때 마치 장면 속 한 가운데 있는 것과 같은 몰입감을 경험해 보세요.

지능형 모션 트래킹 센서(Intelligent motion-tracking sensor)가 고개를 움직일 때마다 각 소리의 방향을 정확히 찾아내, 최적화된 청취 환경을 유지시켜 줍니다. 또한, '돌비 애트모스' 음향 기술이 적용된 영상에서는, 더욱 명확한 사운드로 디테일을 완성시켜 영상 속 스토리에 온전히 풀입할 수 있습니다.



편리한 사용 오토스위치
갤럭시끼리 바로 바로

갤럭시 버즈 프로는 알아서 기기를 깨고립니다. 심지어 텔이나 터치도 필요 없죠. 텔레비전에서 영화를 보다가 스마트폰에 전화가 오면 버즈로 바로 통화할 수 있습니다. 물론 통화가 끝나면 텔레비전으로 전환되어 영화를 이어볼 수 있습니다.



똑똑한 음성 비서 빙스비

GRAPHIC DESIGN

07 질주본능

| | |
|------|-----------------|
| FORM | 상세페이지 |
| WORK | 개인 100% |
| TOOL | Photoshop |
| SIZE | 1140px x 5400px |

CONCEPT

질주본능을 자극하는 자연흡기 슈퍼카
자연흡기 슈퍼카 4종을 컨택하여 각각의 차종의 성능을
인포그래피로 한 눈에 쉽게 표현을 하였으며 빠르기를
강조하기 위해 불 텍스쳐를 활용하여 강함을
표현하였습니다.



GRAPHIC DESIGN

08 Refresh_Time #차캉스

FORM 상세페이지

WORK 개인 100%

TOOL Photoshop

SIZE 1140px x 3600px



CONCEPT

늦여름, 초가을을 맞이하여 차량 구매 고객에 드리는 프로모션으로 차량에 어울리는 차박 아이템을 무상제공함으로서 브랜드를 알리고 좋은 인식을 주기 위한 목표를 가지고 신규고객을 유치함과 기존 고객들을 이끌어 나가기 위해 기획하였습니다.

GRAPHIC DESIGN

09 Refresh_Time #차캉스

FORM 카드뉴스

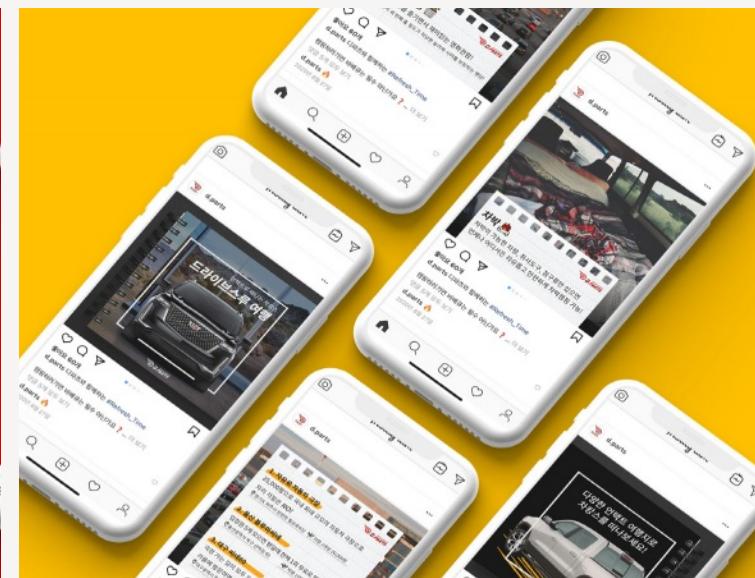
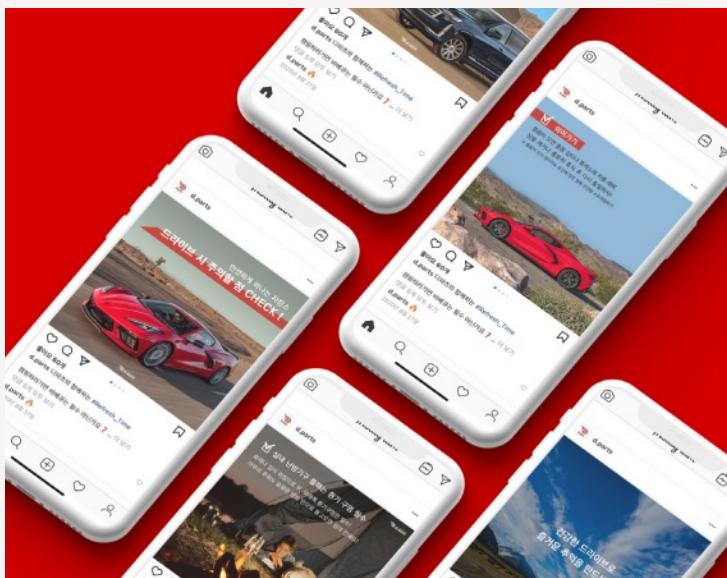
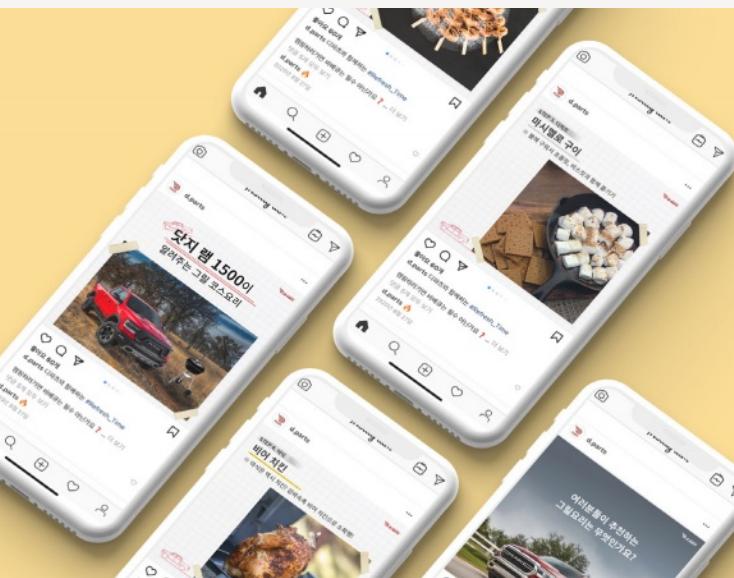
WORK 개인 100%

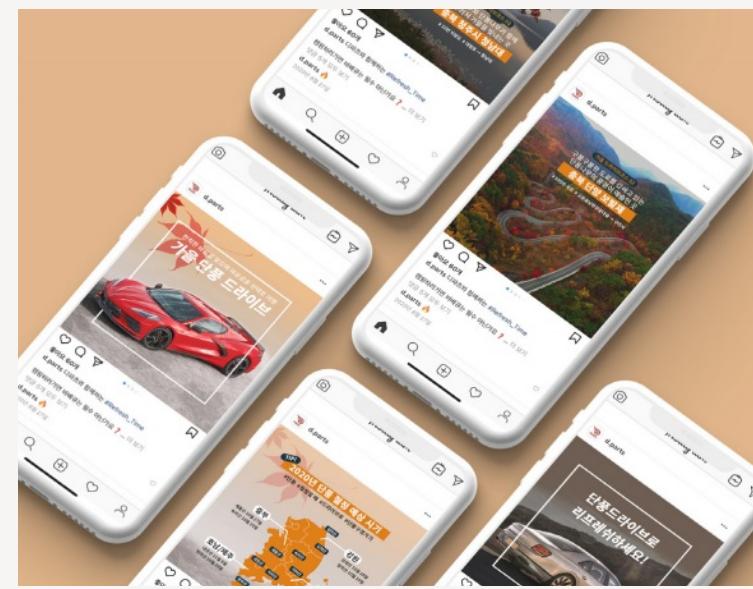
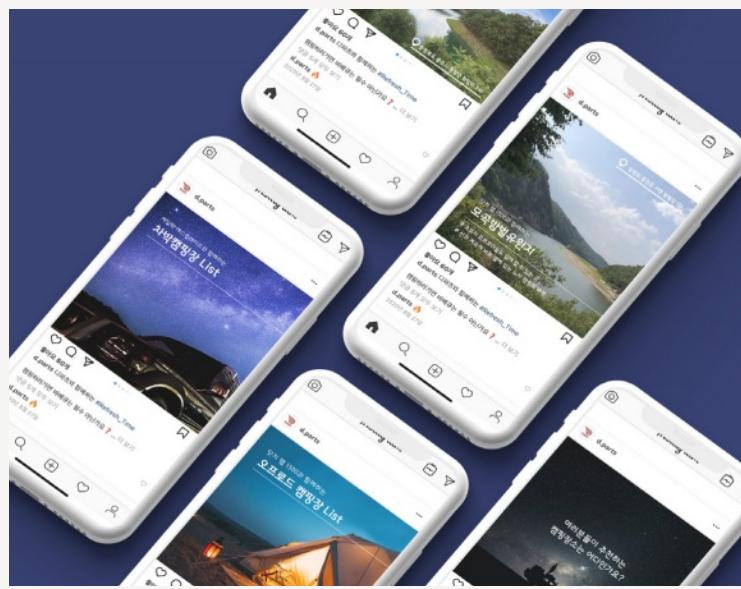
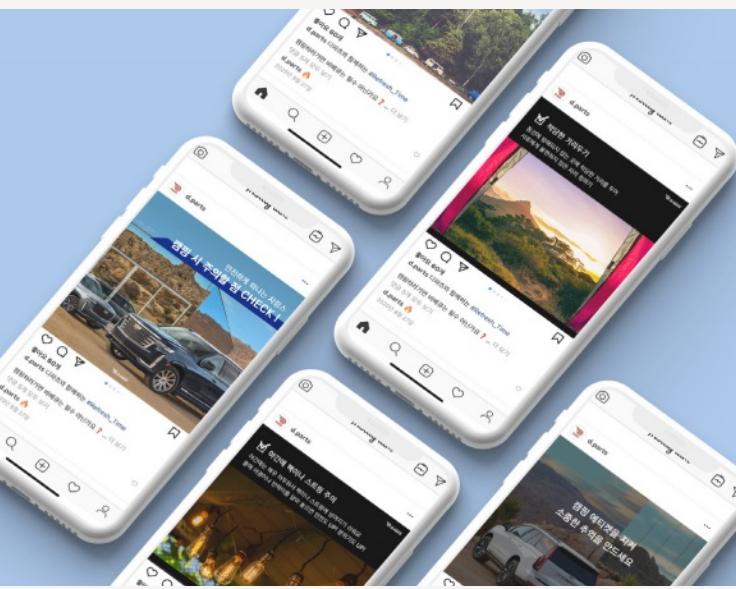
TOOL Photoshop

SIZE 200px x 200px

CONCEPT

차캉스라는 주제를 갖고 차박, 드라이브 시 주의점, 사회적거리두기, 드라이브 스루 등 다양한 키워드를 도출해내어 정보전달을 할 수 있는 SNS카드 뉴스를 제작하였습니다.





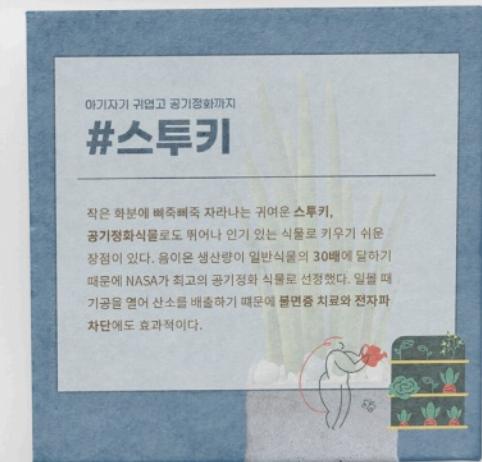
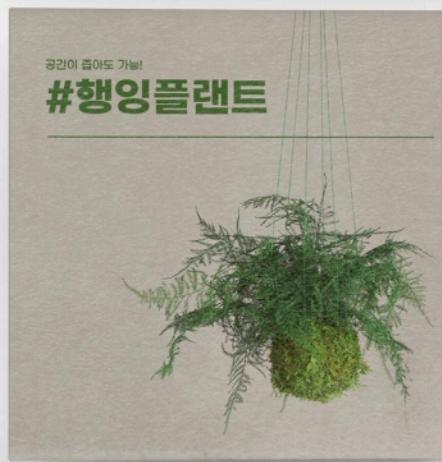
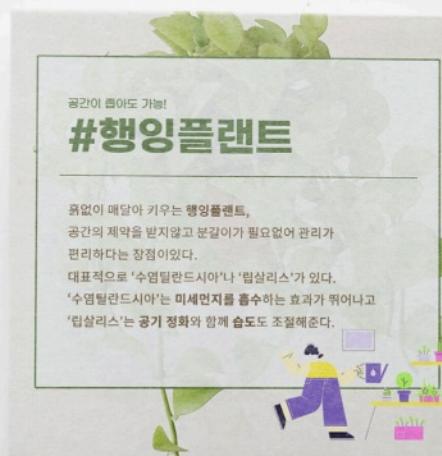
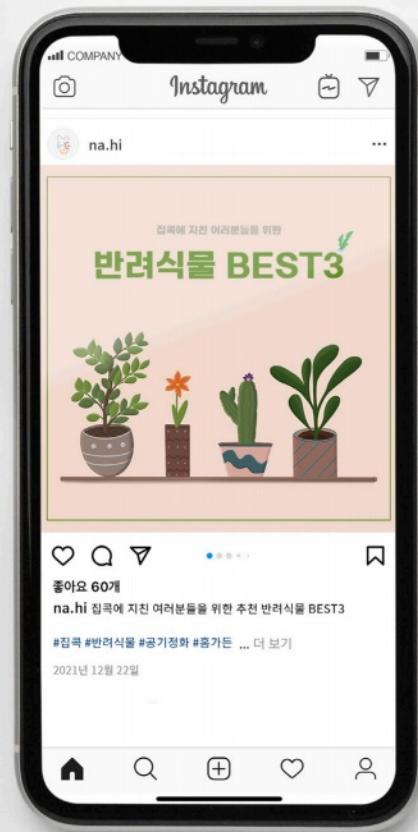
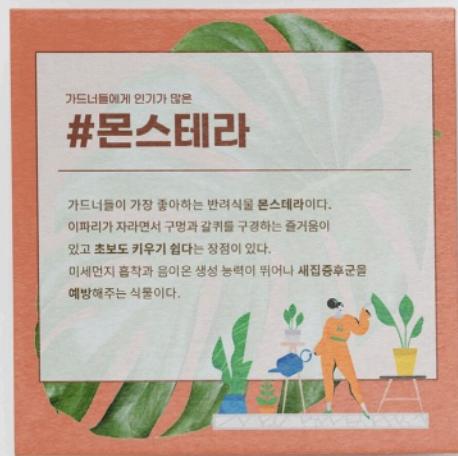
GRAPHIC DESIGN

10 반려식물BEST3

FORM 카드뉴스

WORK 개인 100%

TOOL Illustrator



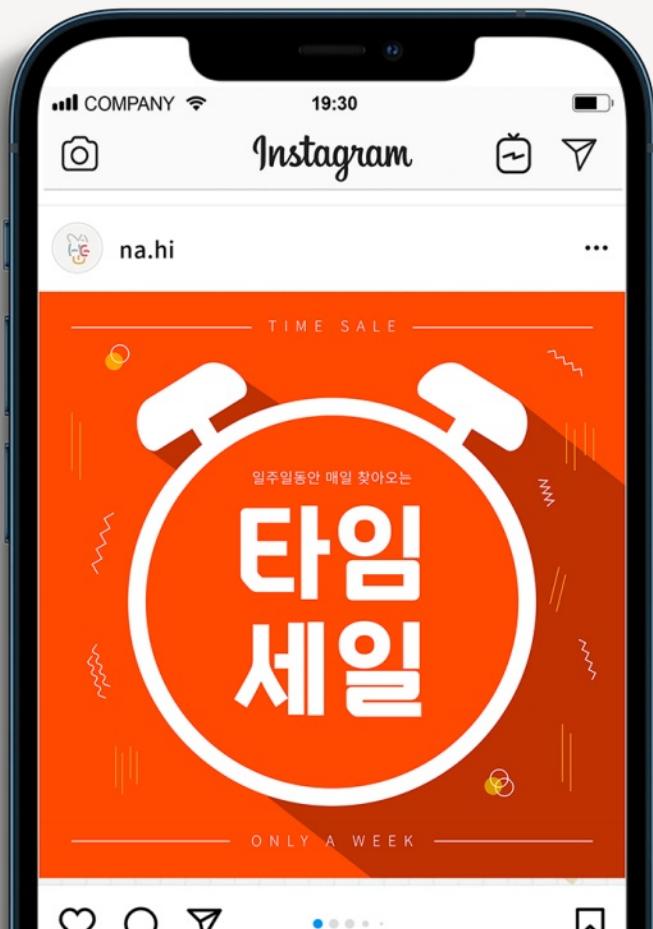
GRAPHIC DESIGN

12 EVENT BANNER

FORM 이벤트 배너

WORK 개인 100%

TOOL Illustrator



BI DESIGN

13 FULL FULL

FORM BI DESIGN

WORK 개인 100%

TOOL Illustrator

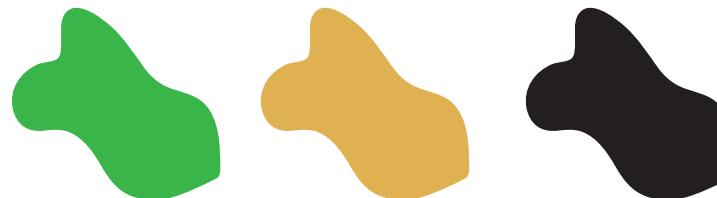


BRAND CONCEPT

신선하고 건강한 음식과는 거리가 멀어진 요즘, 대중들에게 쉽게 접근하기 위해 샐러드를 직접적으로 표현하여 쉽게 다가갈 수 있도록 디자인하였습니다.

선선한 느낌을 주기위해 메인컬러를 녹색을 사용하였고, 건강한 삶을 표현하기 위해 금색을 사용하여 브랜드 아이덴티티를 극대화 시켰습니다

COLOR



#22ac38

#e3b842

#000000

TYPOGRAPHY

Coolvetica

ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ

Arial

ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ

LOGO



FULL FULL

Fresh salad, Healthy life.

VARIATION



Fresh salad, Healthy life.



Fresh Salad, Healthy Life.



Fresh salad, Healthy life.

ILLUSTRAT



-456
0-2345-6789
full@naver.com



홍길동 / 부산전포점 점장
부산시 부산진구 중앙대로 708
051-123-456
010-2345-6789
fullfull@naver.com



FULL FULL

Fresh salad, Healthy life.

홍길동 / 부산전포점 점장
부산시 부산진구 중앙대로 708
051-123-456
010-2345-6789
fullfull@naver.com



홍길동 / 부산전포점 점장
부산시 부산진구 중앙대로 708
051-123-456
010-2345-6789
fullfull@naver.com

FULL 43
FULL



BRANDING

14 UNIVXEPO BUSAN

FORM 카드뉴스

WORK 팀작업

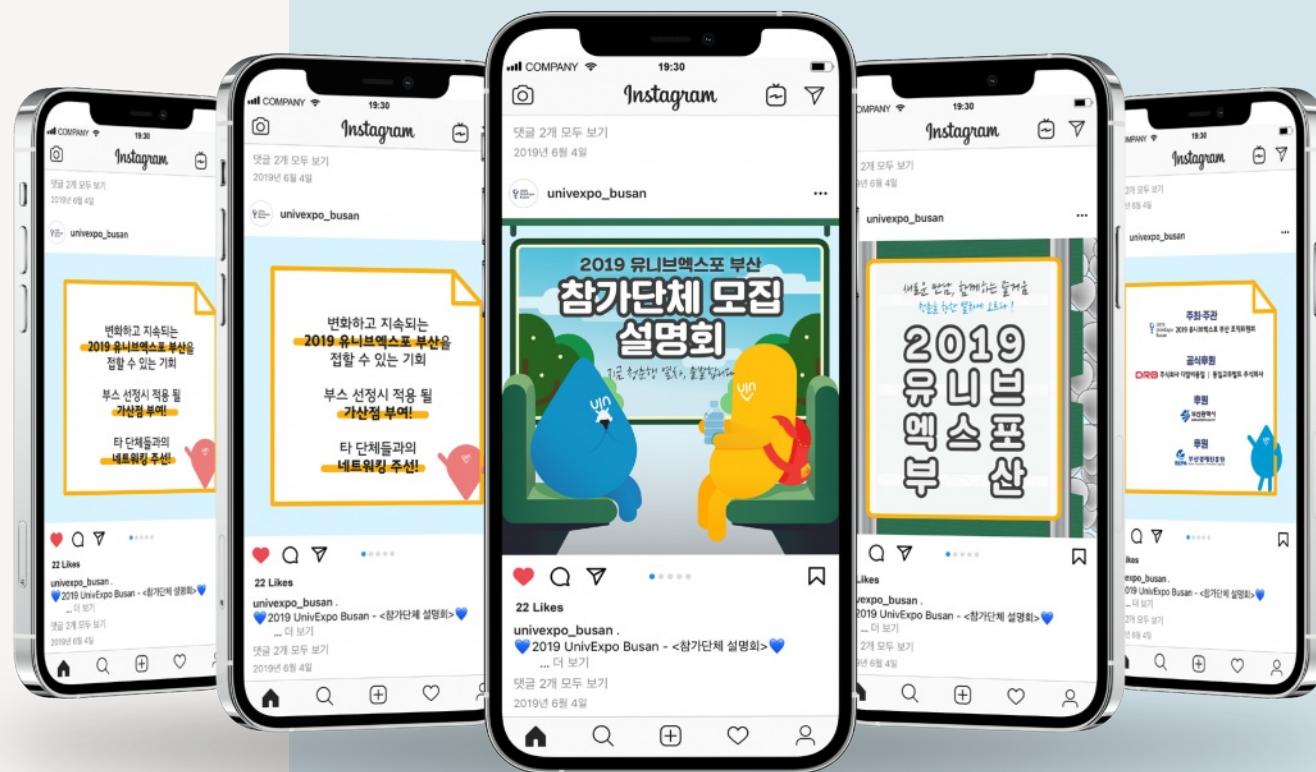
TOOL Illustrator

SIZE 200px x 200px

CONCEPT

모집 설명회를 알리기 위한 카드 뉴스를 제작하였습니다.

메인페이지는 '청춘열차에 오르다'의 슬로건에 맞추어 마스코트 캐릭터를 활용하여 열차를 타고 설명회를 간다라는 스토리를 표현하였습니다. 중요한 내용에는 라인을 활용하여 강조하였습니다.



BRANDING

14 UNIVXEPO BUSAN

FORM 카드뉴스

WORK 개인

TOOL Photoshop

SIZE 200px x 200px

CONCEPT

'유니빌리지'의 컨셉에 맞추어 동화 속의 유니빌리지의 모습을 메인페이지에 시각적으로 표현하였습니다. 서브 페이지는 빌리지를 구경하는 듯한 모습을 표현하였습니다.



BRANDING

14 UNIVXEPO BUSAN

FORM SNS 웹툰

WORK 개인 100%

TOOL Photoshop

SIZE 200px x 200px

CONCEPT

개강을 맞이해 술자리가 많아지는 시기에 맞추어 '술버릇 유형' 주제를 선정하여 간단한 일러스트로 대학생 공감 인스타툰을 제작하였습니다.



BRANDING

14 UNIVXEPO BUSAN

FORM X배너

WORK 팀작업

TOOL Photoshop

SIZE 600x1800

CONCEPT

'청춘열차에 오르다'의 슬로건에 맞추어 메인컬러로 청춘을 나타내기 위해 밝고 넓은 하늘을 상징하는 하늘색을 제안하였습니다. 열차의 다양한 샘김해로 다양한 청춘들을 표현하였으며 열차의 부가적인 요소들을 활용하였습니다.



BRANDING

14 UNIVXEPO BUSAN

FORM 현수막

WORK 개인 100%

TOOL Photoshop

SIZE 900x5000

CONCEPT

유니별밤 행사 현수막

청춘들이 더운 여름밤 함께 모여 걱정 없이 즐길 수 있는 시간을 만들고자 행사를 진행하였습니다. 그에 따라 걱정없이 반짝이는 별 아래에서 캐릭터들과 함께 뛰어노는 걱정 인형을 시각적으로 표현하였습니다.



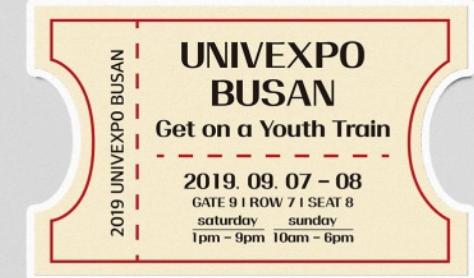
BRANDING

14 UNIVXEPO BUSAN

FORM MD

WORK 개인 100%

TOOL Photoshop



CONCEPT

열차 컨셉에 맞추어 기차표를 모티브로 한 티켓 md 스티커와 마스코트 캐릭터들이 다양한 포즈를 취하고 있는 굿즈 스티커를 제작하였습니다. 타투 스티커는 청춘의 컨셉으로 청춘하면 떠오르는 자요, 경험, 꿈, 걱정 등을 모티브로 타투 스티커를 제작하였습니다.