

2020 Portfolio

교집합을 찾는 디자이너

∩ 交集合 .intersection

취향과 지식의 교집합을 찾아
디자인하는 이지현입니다

lee jae hyun portfolio



contec

+82 010.3225.2400
amusein_@ naver.com



LEE JI-HYUN

1997.10.22

010. 3225. 2400

xihyeon.lee@gmail.com

교집합을 찾는 디자이너 이지현

디자이너는 자기만의 세계를 보여주는 것이 아닌 협업하는 직업이라고 생각합니다. 다른이가 A를 생각하고 제가 B를 생각하고 있다면 원활한 소통을 통해 그 사이를 맞추어 가야된다고 생각합니다. 교집합을 찾는 것이 아직은 미숙하지만 어느 장소에서든 교집합을 찾는 디자이너가 되고 싶은 이지현입니다.

EDUCATION

경북 예술고등학교 애니메이션 졸업

순천대학교 영상디자인 전공 졸업

CERTIFICATE

autodesk FUSION 360 아카데미 수료

운전면허증 2종 취득

HISTORY

2016. 1. 9 - 2. 10 돌봄교실 대학생 봉사단

'태전초등학교' 예체능 프로그램운영 및 학생지도.

2018 영상디자인과 과대 (1학기)

SKILL

Photoshop / illustrator

Photography

Cinema 4d

contents

01

마샬 기업사이트 [웹사이트](#) [모바일](#)

02

마이크로 사이트 [웹사이트](#) [모바일](#)

03

이니스프리 상세페이지

04

이벤트 페이지 [배너](#) [카드뉴스](#)

- 배민 틱톡 콜라보 / 에버랜드할로윈

01.

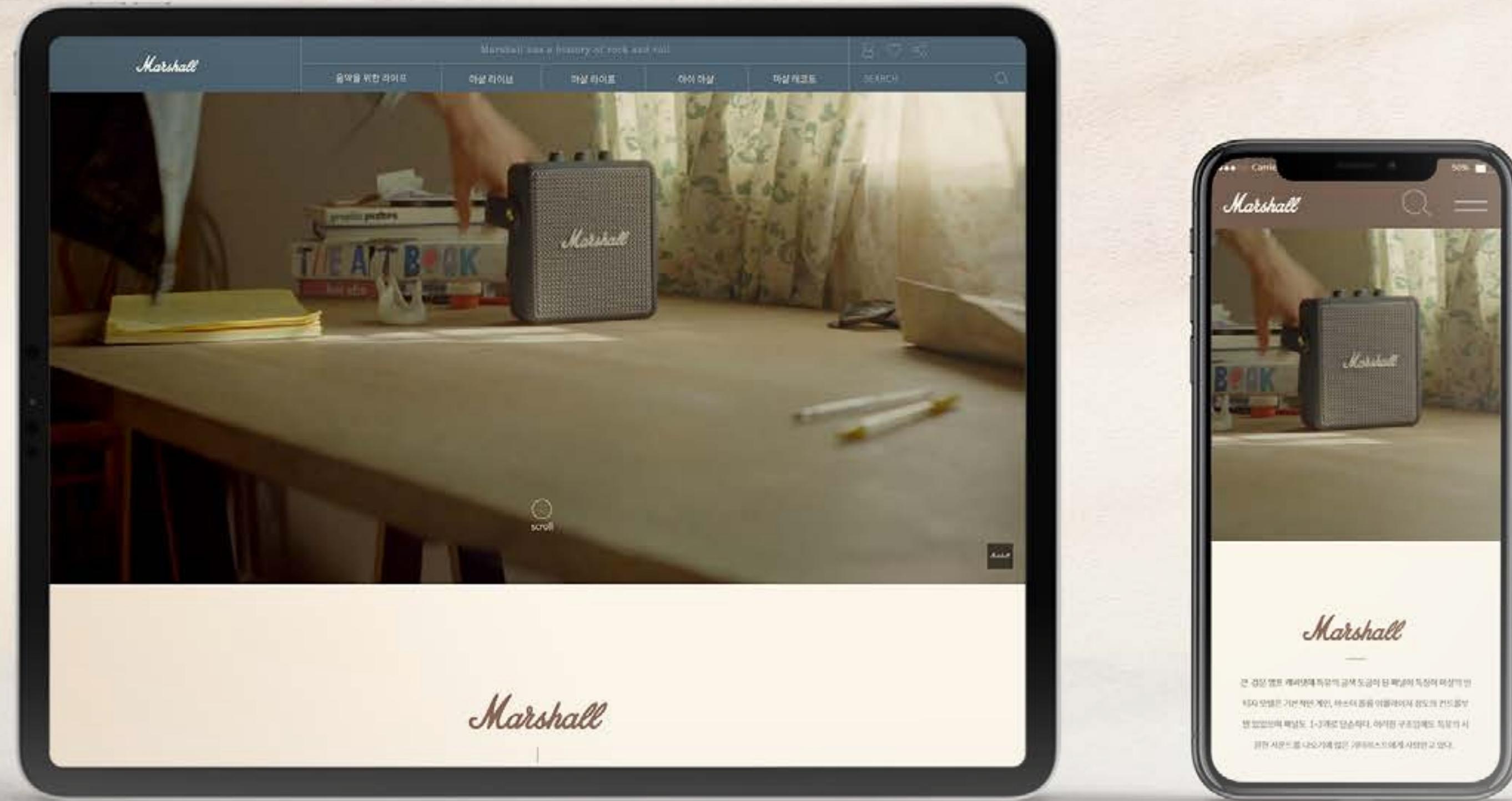
Corporation Site
마셜 기업사이트

기업 브랜딩 사이트

British Rock 음악의 전성기에 영국에서 탄생한
Marshall은 창립자 Jim Marshall의 이름을 딴 기타앰프 브랜드입니다.
헤비메탈 사운드의 교과서이자, 락 음악의 발전과 함께 해 온
Marshall에서 헤드폰을 출시한다는 것은 어쩌면 당연한 일일 것입니다

over view

프로젝트기간	2019 - 2020
해상도	1920 x 1080
사용프로그램	ps , xd



Marshall

PROJECT GOAL

헤비 메탈과 함께해온 기존 사이트의 rock 이미지를 탈피하고 소비자가 소비하는 마샬 주력 제품군의 심플하고 클래식한 이미지를 제공합니다

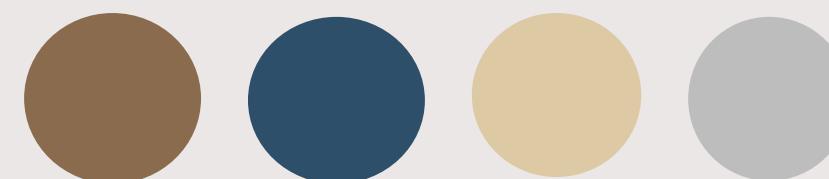
기존 사이트의 메뉴가 복잡하게 구성되어 있어 색과 그리드를 활용해 심플하게 구성하여 사용자에게 제품의 아이덴티와 동일한 경험을 제공



DESIGN CONCEPT

클래식 블루의 포인트와 세리프 서체를 사용하여 마샬의 엔틱한 이미지를 강조하였습니다.

COLOR IDENTITY



LAYOUT SYSTEM

마샬의 클래식하면서도 미니멀한 고급스러움을 사이트에서도 느낄 수 있도록 얇은 선과 그리드를 사용한 레이아웃으로 구성 되었습니다.

TYPOGRAPHY

아리따-부리(OTF)

NOTO SANS CJK KR - BOLD

NOTO SANS CJK KR - Demi Light

NOTO SANS CJK KR - Regular

web

MAIN PAGE

제일 처음마주하는 마샬의 이미지를 한번에 경험시킬 수 있도록
풀페이지로 따뜻한 분위기의 영상의 바이럴 영상을 배치하였습니다

상단바 클릭시
서브 GNB가 나옵니다



Full Page 바이럴 영상
1920 x 1080

01. Main section

클래식함을 살리기위해 얇은 라인과 그리드를 이용하여 디자인하였습니다

오픈라인 아이콘

SEARCH

scroll

Marshall has a history of rock and roll

음악을 위한 라이프	마샬 라이브	마샬 라이프	마이 마샬	마샬 레코드
2020 Line-up 2019 하이라이트 오시는 길 자주 묻는 질문	추천 소매점 마샬 앰페어/에덴 앰페어 마샬 드럼/나탈드럼 생활 양식	마샬 소개 마이 마샬		

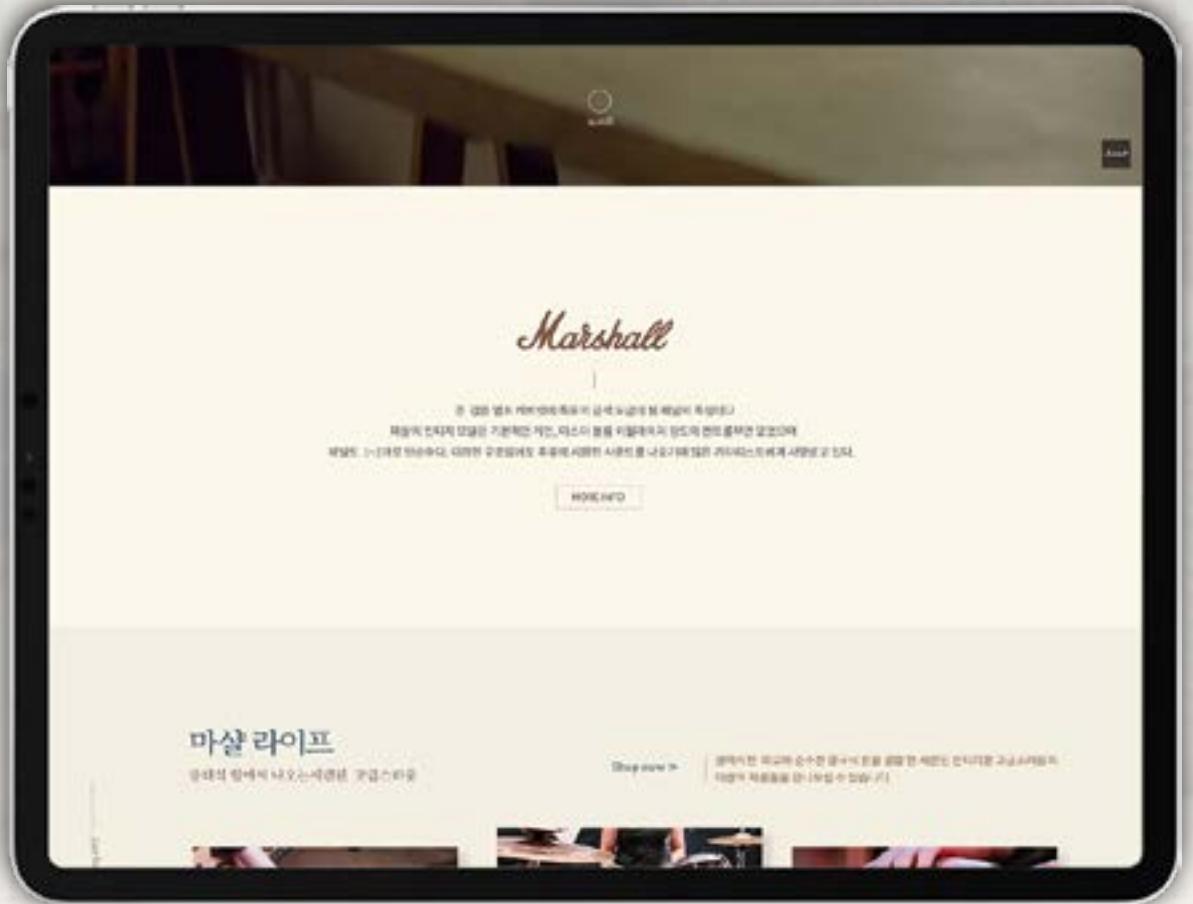
MAIN SECTION

홈 화면은 마샬의 주요 서비스를
함축적으로 모아 섹션별로 담았습니다.
각 섹션별로 요약한 카테고리로
이동을 유도합니다.

ALL.

요소요소에 얇은라인을 배치
마샬의 아이덴티를 살리고자함

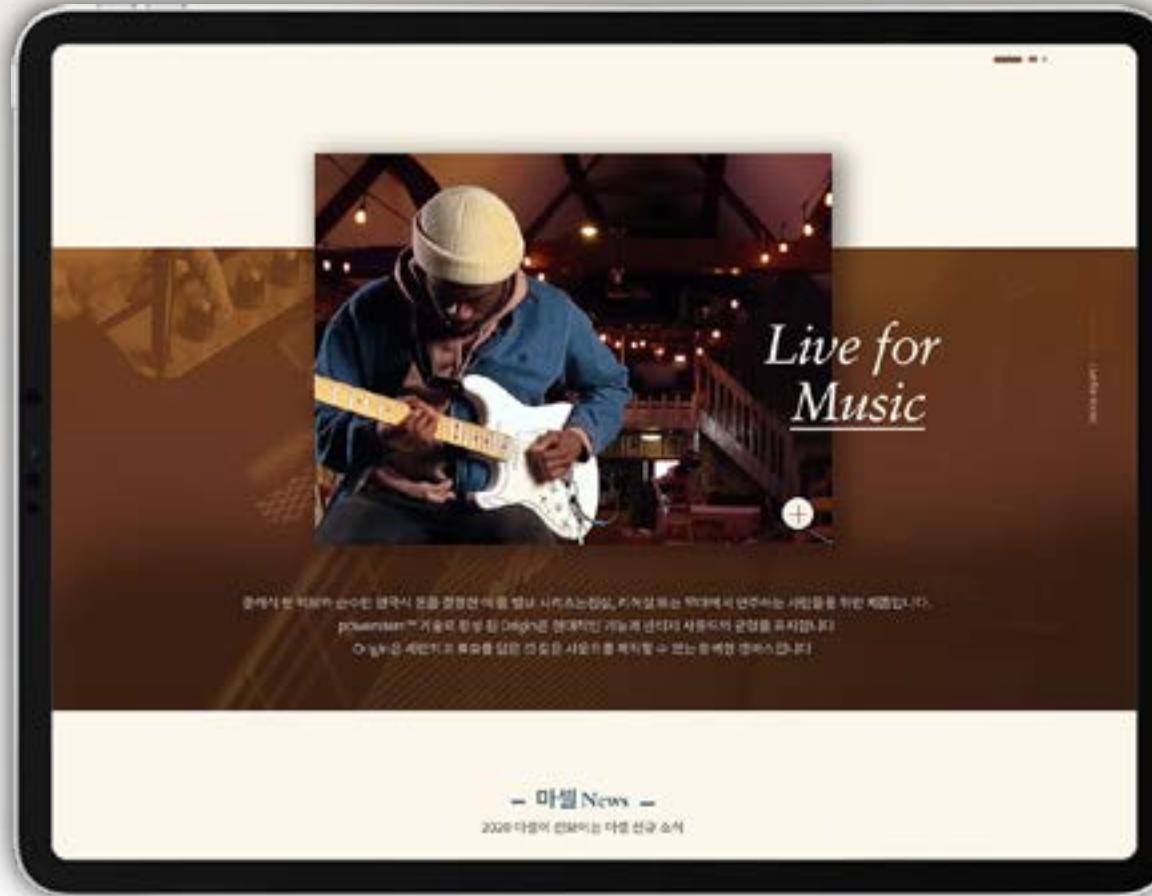
01. 마샬 인포



02. 마샬 라이프소개



03. 음악을 위한 라이브 소개



04. 마샬 뉴스 소개

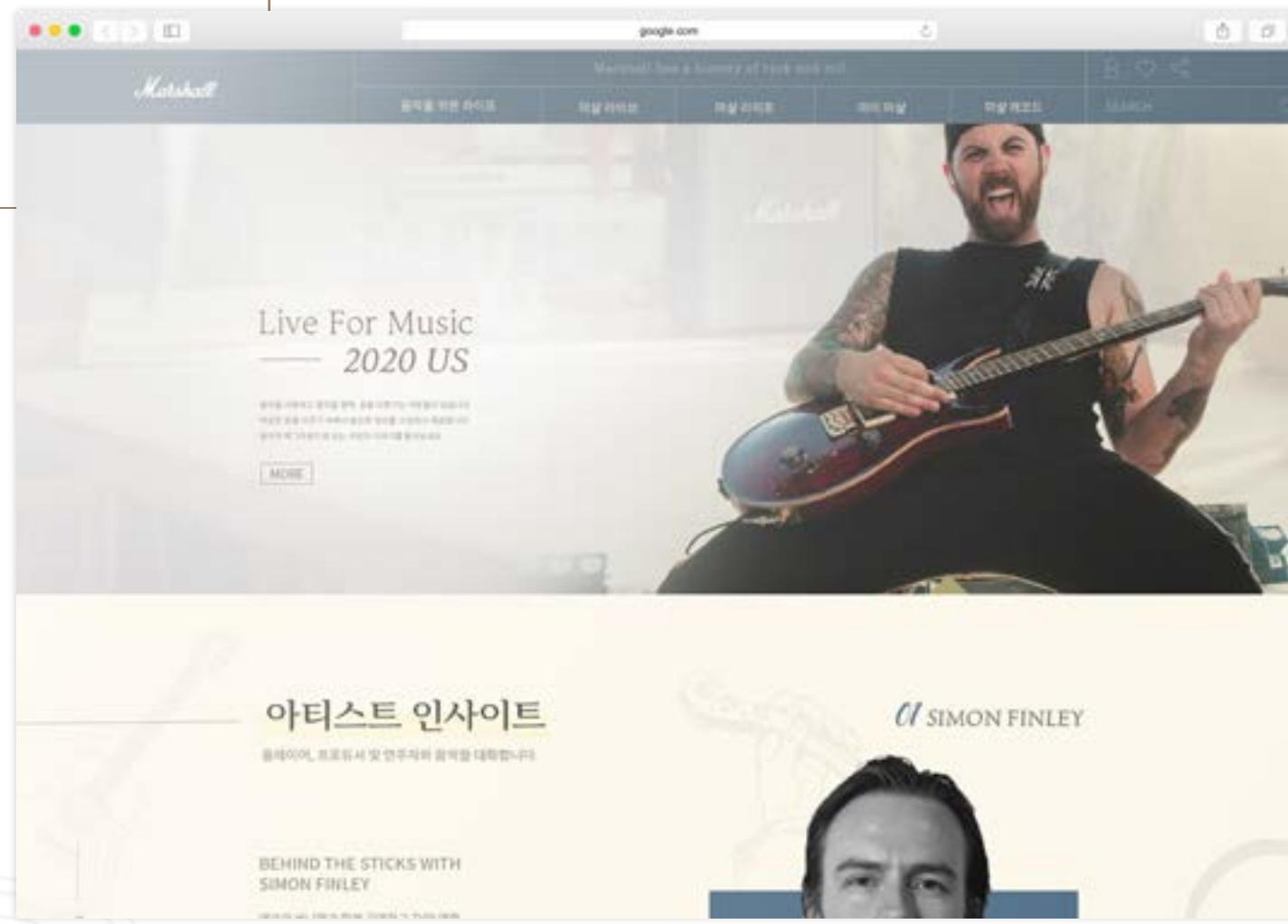


05. 마샬 매장 소개



음악을 위한 라이브

음악을 사랑하는 사람들을 위해
다양한 아티클과 아티스트의 이야기를
소개하는페이지 입니다.



1. Live For Music

2020 콘서트 상단 배너

2020 portfolio

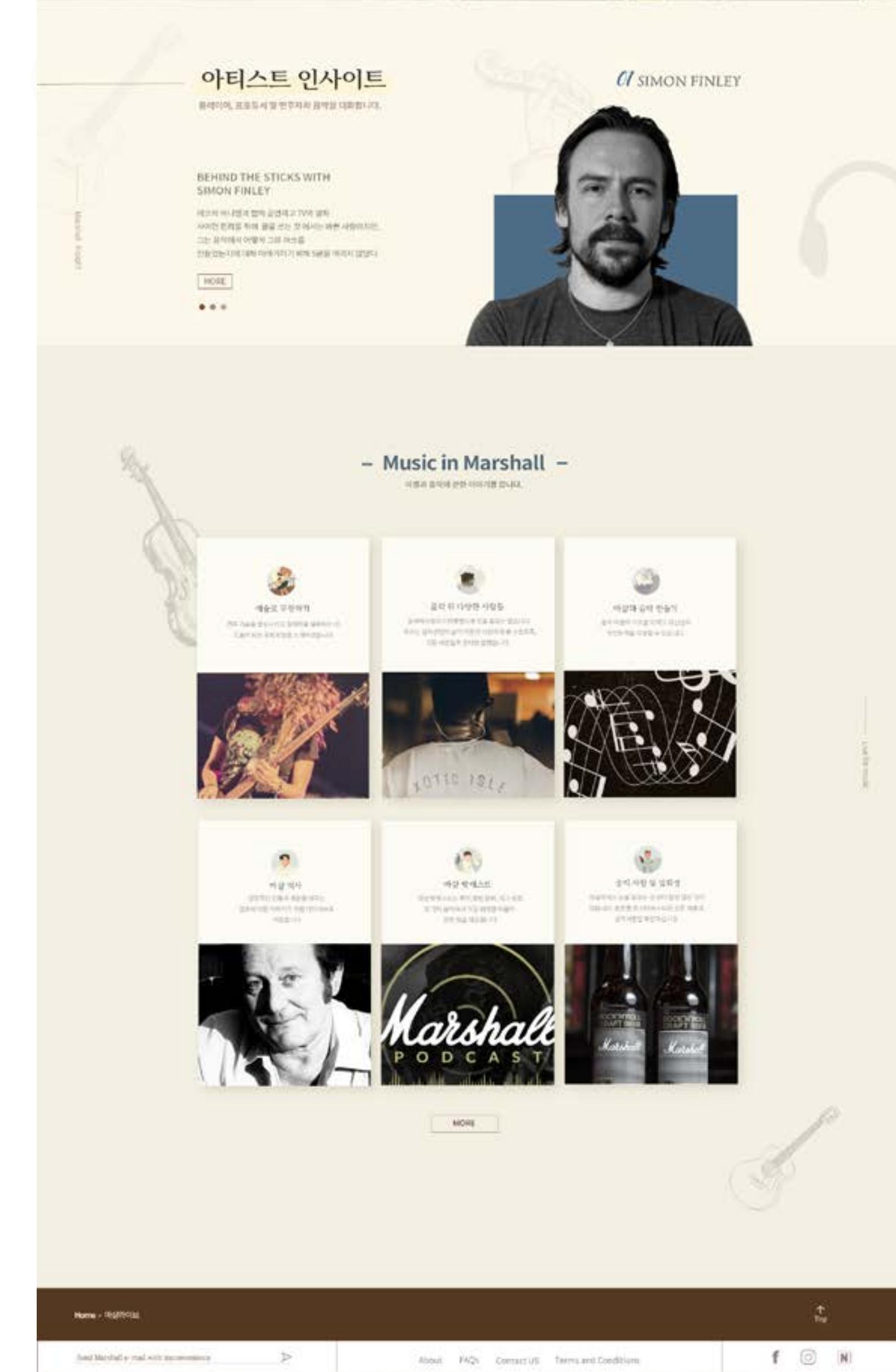
第六章 中国社会文化语境下的“新女性”形象

400



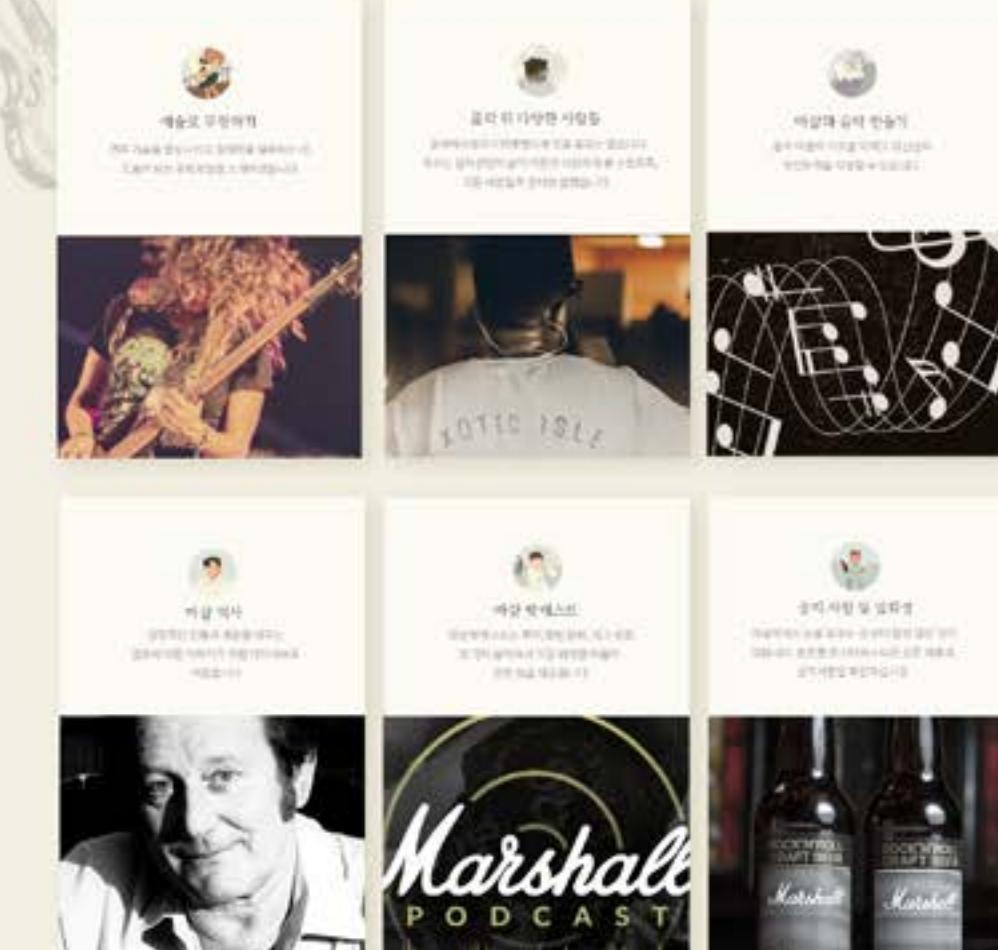
2. Music in Marshall

아티스트들의 비하인드 스토리를 소개하는
카드 형식의 아티클 페이지입니다



3. Music in Marshall

마샬에 대한 아티클을 소개하는 카드페이지 입니다



—○ 4. Graphic source



마샬에 어울리는 플랫한아이콘을제작하였습니다

마샬 라이브

마샬에서 주최하는 마샬 라이브의 상세 내용과 음악 공유 프로그램을 살펴 볼 수 있는 섹션입니다



03. 마샬 아티스트

버튼을 클릭하여 참여 아티스트를 확인하세요

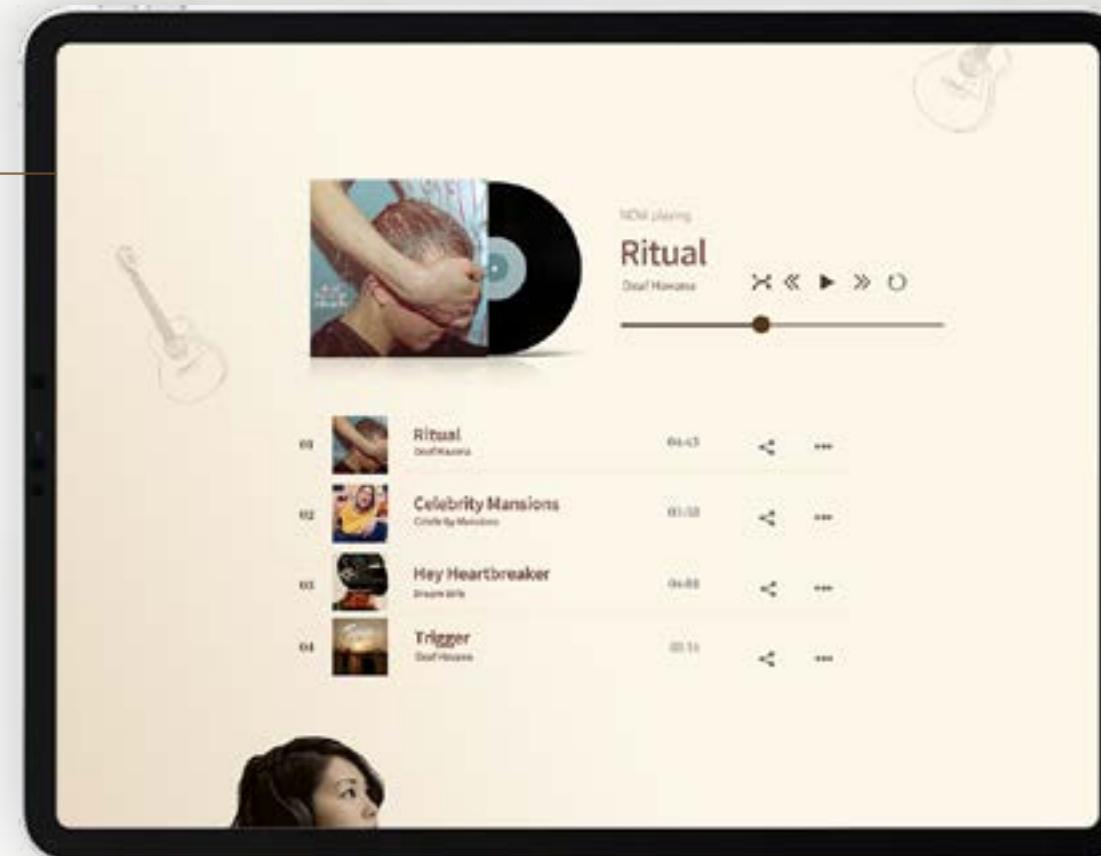


04. 티켓 구매 섹션

클릭시 구매페이지로 이동하는 버튼 티켓의 가격에 대한 상세내용을 얇은 라인의 박스형태로 보여줍니다

05. 뮤직 플레이 섹션

마샬 라이브 공연에서 들을 수 있는 음악을 공유하고 플레이 할 수 있는 음악 섹션입니다



06. CONTEC 섹션

마샬과 컨택할 수 있는 섹션입니다

마샬 라이프

마샬의 제품의 매장을 판매하는 장소를
검색하는 섹션과 카테고리 별
마샬 제품을 설명하는 섹션입니다



01. 마샬 매장 찾기
제품을 살 수 있는 매장을
검색할 수 있는 섹션입니다

2020 portfolio

Marshall
드럼, 암페어

NATAL
드럼

EDEN
암페어

코스모스

마샬 암페어 | 에덴 암페어

Email: cosmos@cosmosmusic.com
http://www.cosmosmusic.com
전화: (02) 3486-8844

2. 매장 검색결과창
마샬 매장 결과창을
볼 수 있는 섹션입니다

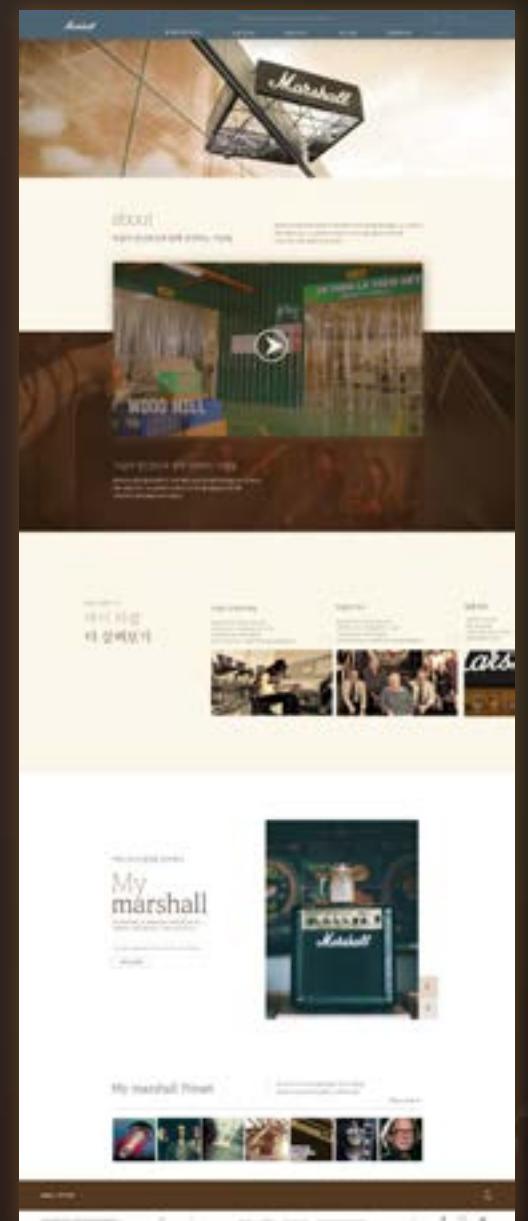
3. 암페어 소개
마샬의 클래식함이 보이는
마샬 암페어와 에덴 암페어의
소개가 적혀있습니다

4. 드럼 소개
마샬의 클래식함이 보이는
마샬 드럼과 나탈 드럼의
소개가 적혀있습니다

5. 생활 제품
일상속에서 많이 사용되는
제품을 모아두었습니다

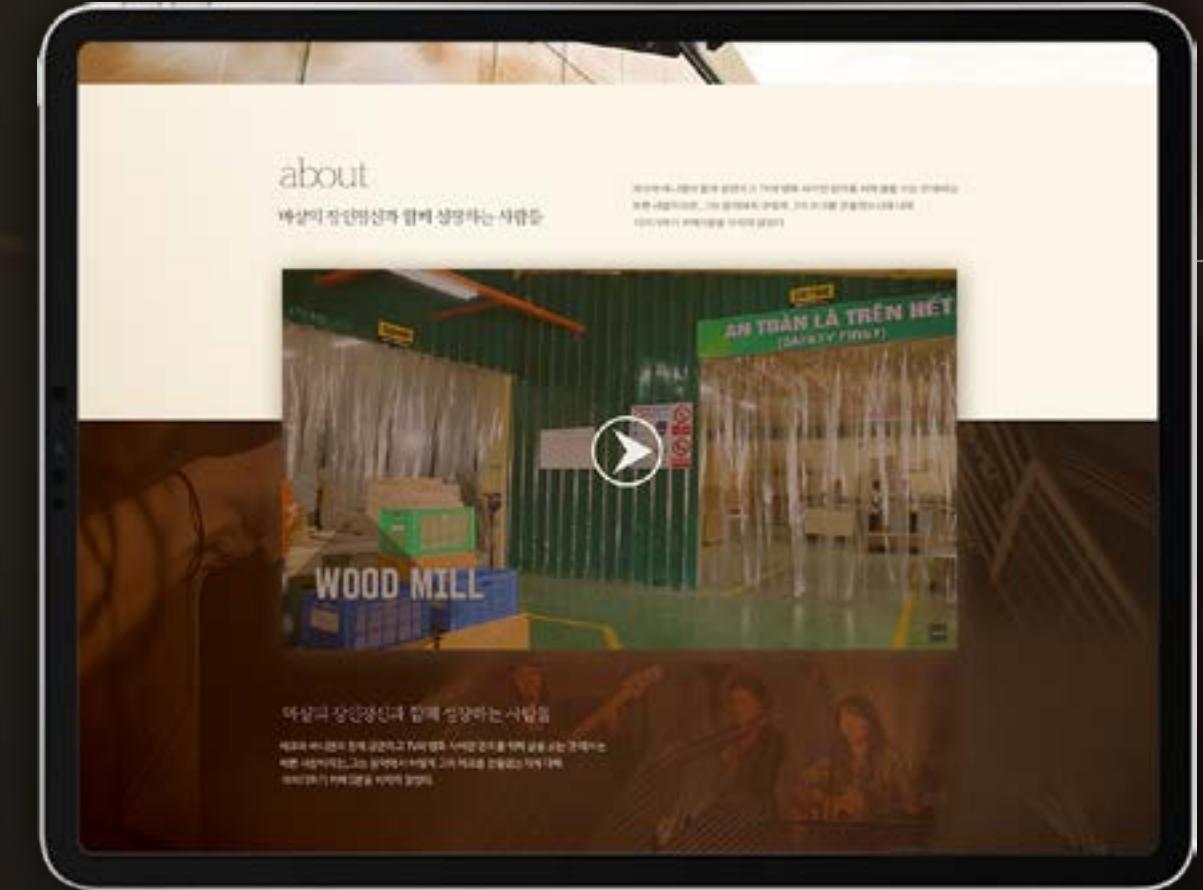
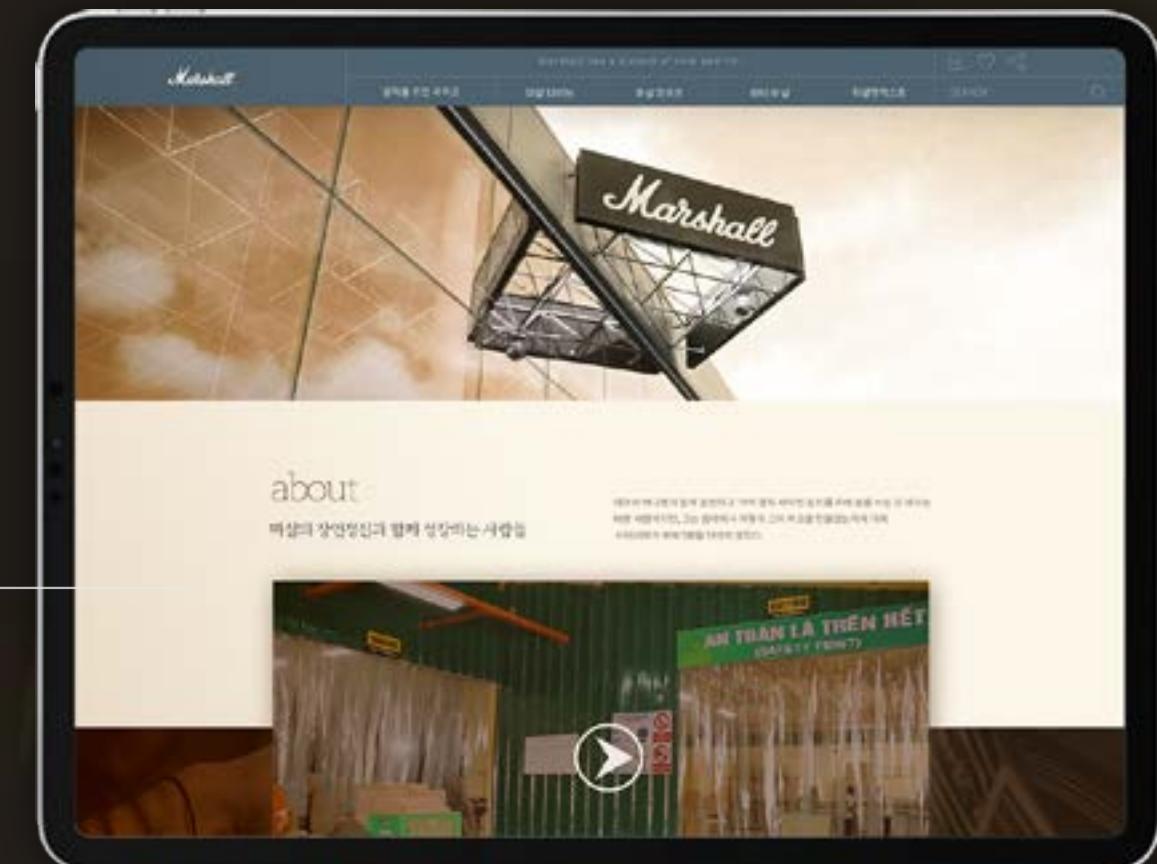
마이 마샬

마샬 기업의 소개와 마샬의 사회적 행보
생각하는 방향의 소개와 그 생각에서
탄생한 마이 마샬 서비스를 소개합니다



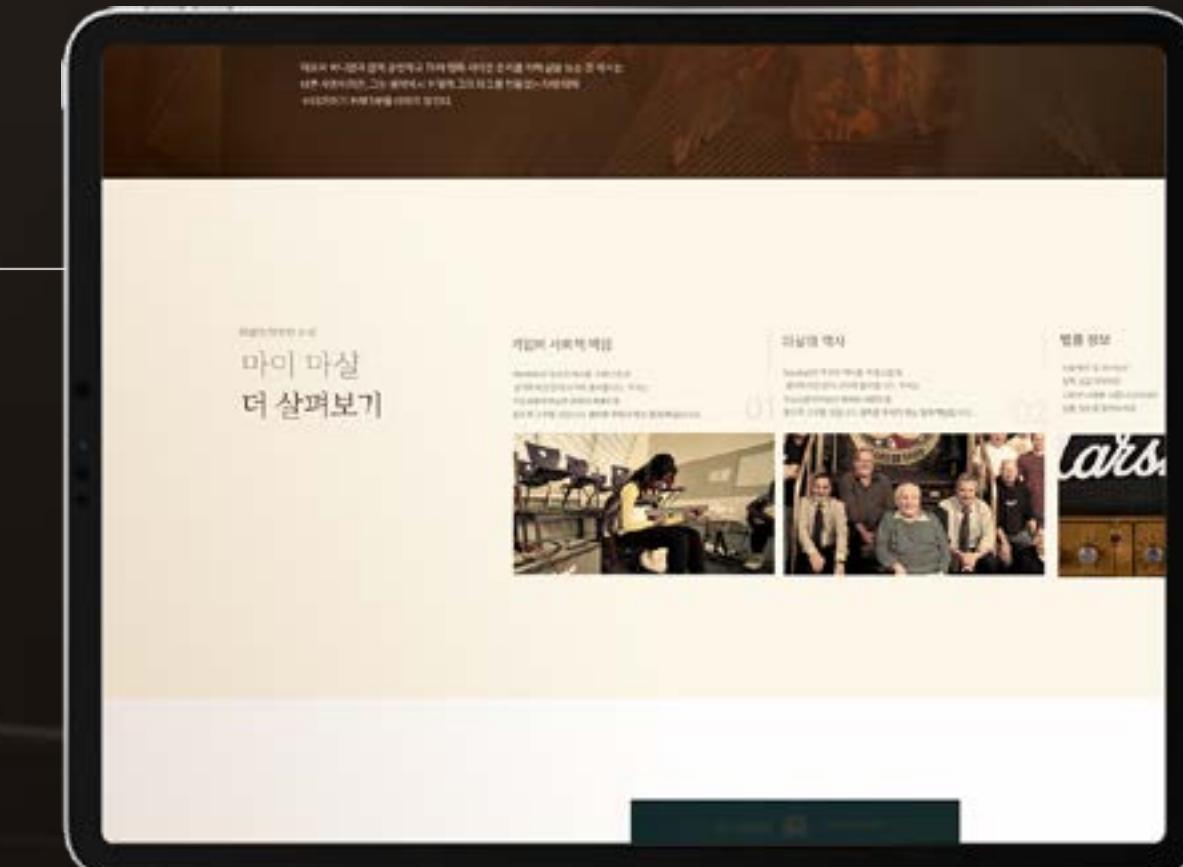
01. 마샬 about ○

마샬 기업에 대한
캐치프레이즈를 설명하는 섹션



03 . 마이 마샬 더 살펴보기 ○

스와이프 하여 마샬의 더 많은
내용을 살펴볼 수 있습니다



02. 기업 소개

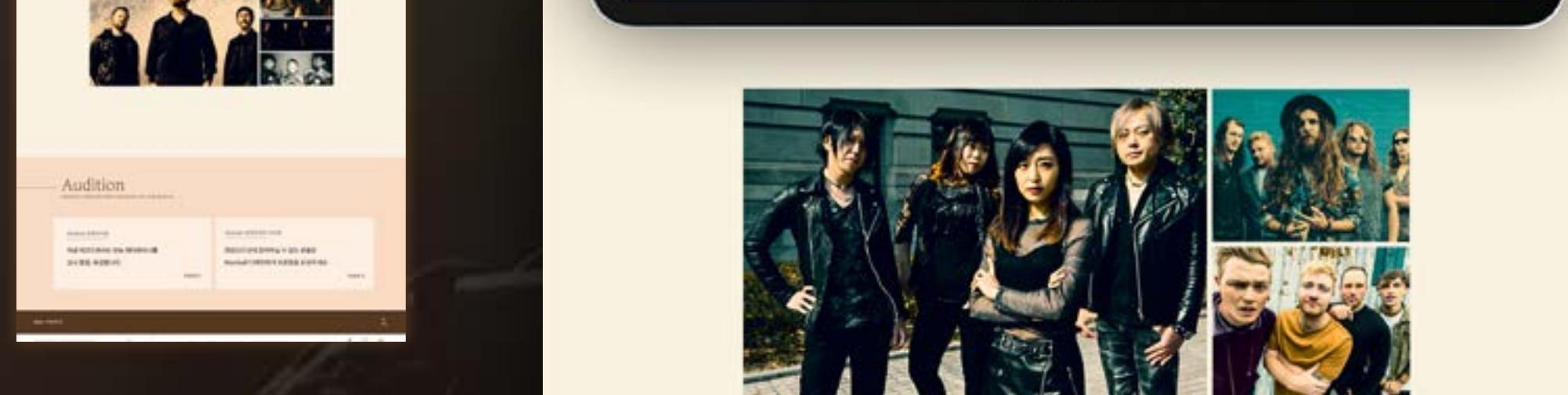
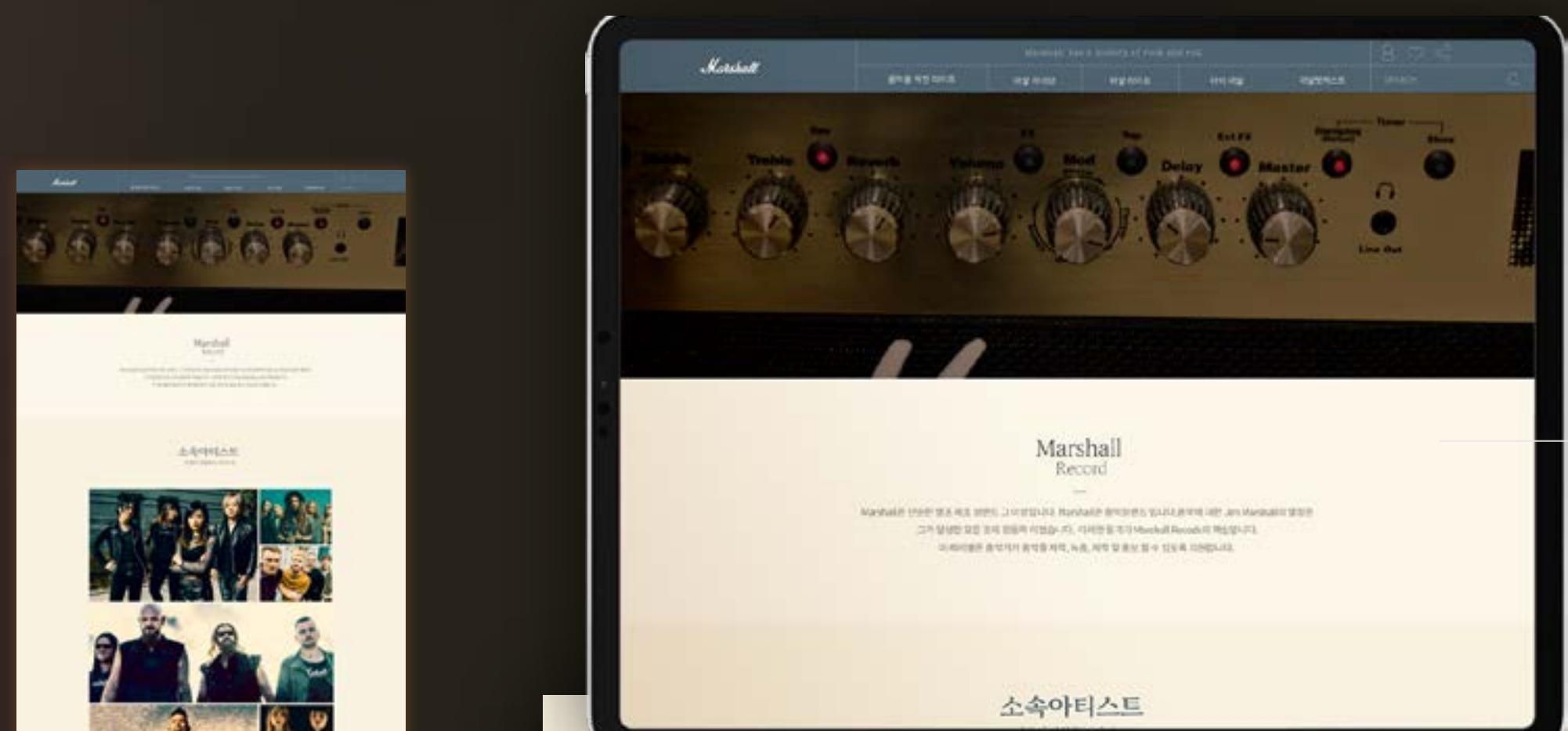
기업을 소개하는 영상과 이야기를
간략하게 보여주는 섹션입니다



마샬 레코드

홈 화면은 마샬의 주요 서비스를
함축적으로 모아 섹션별로 담았습니다.

각 섹션별로 요약한 카테고리로 이동을 유도합니다.



2020 portfolio

소속아티스트

마샬이 지원하는 아티스트



01. 마샬 레코드 메인

마샬 레코드에 대한
소개가 적혀있는 섹션입니다

02. 소속 아티스트

소속 아티스트 갤러리

클릭시 아티스트페이지로 이동

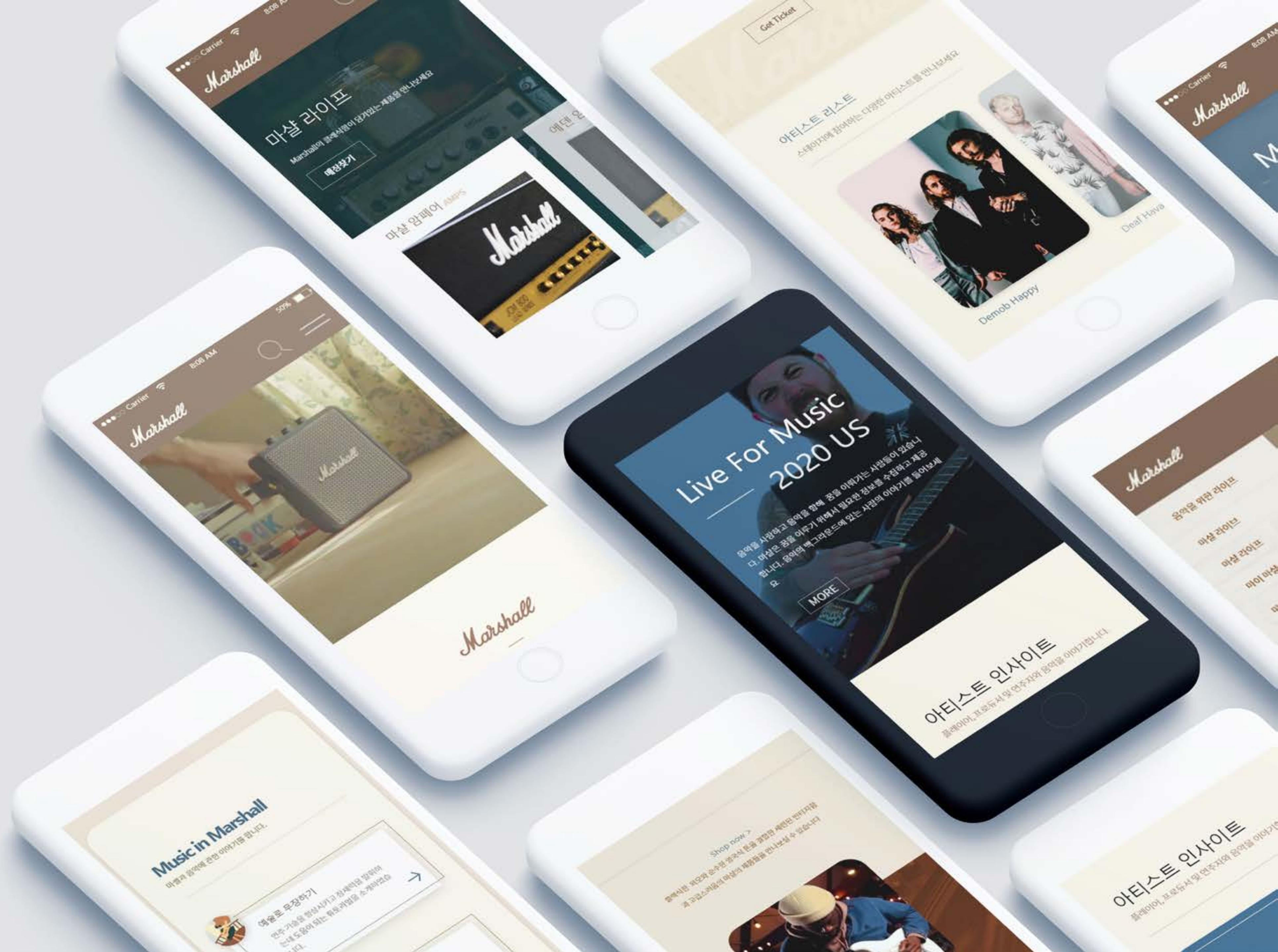


03. 오디션 섹션

마샬 오디션 페이지공개 오디션,
온라인 오디션이있는 섹션 입니다

Marshall mobile

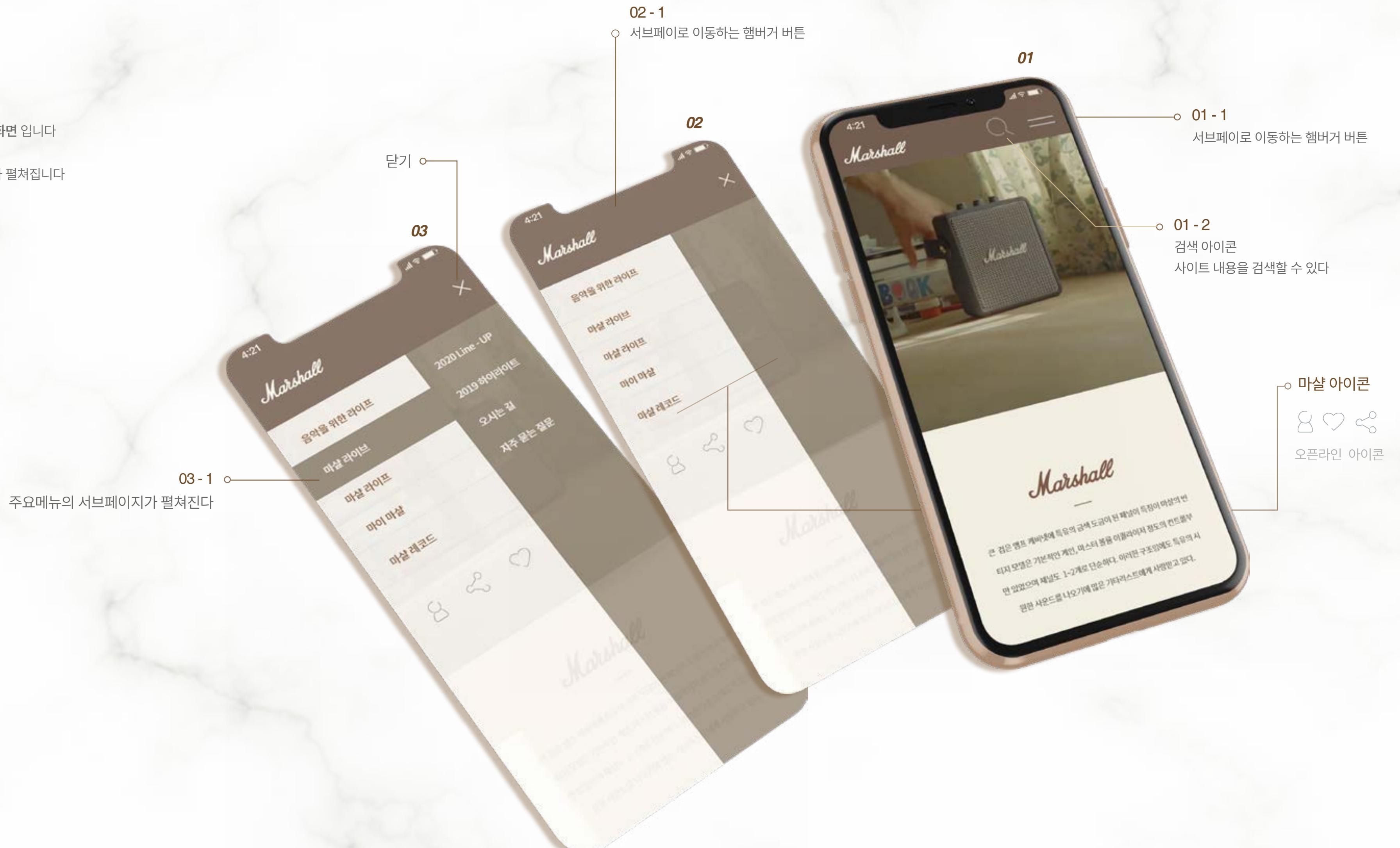
음악을 사랑하는 사람들을 위해
다양한 아티클과 아티스트의 이야기를
소개하는페이지 입니다.

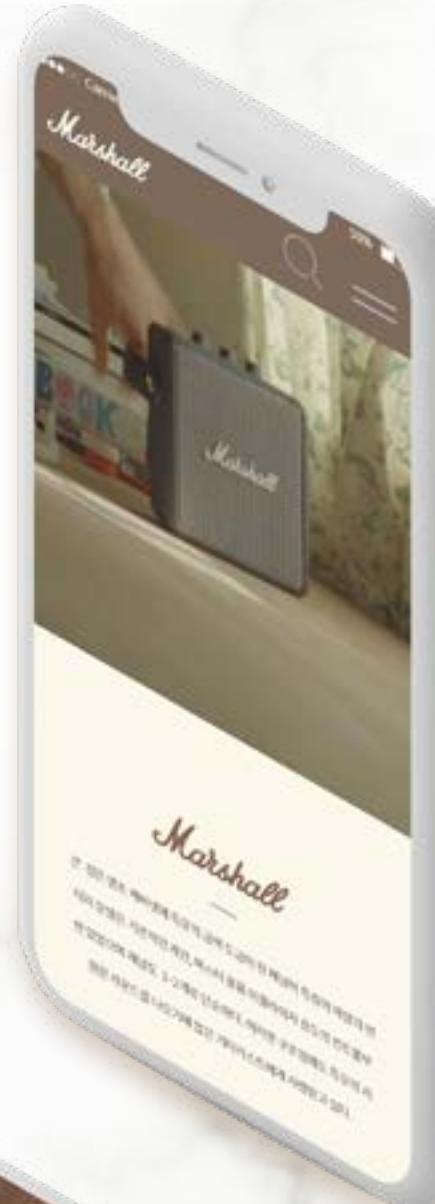


mobile

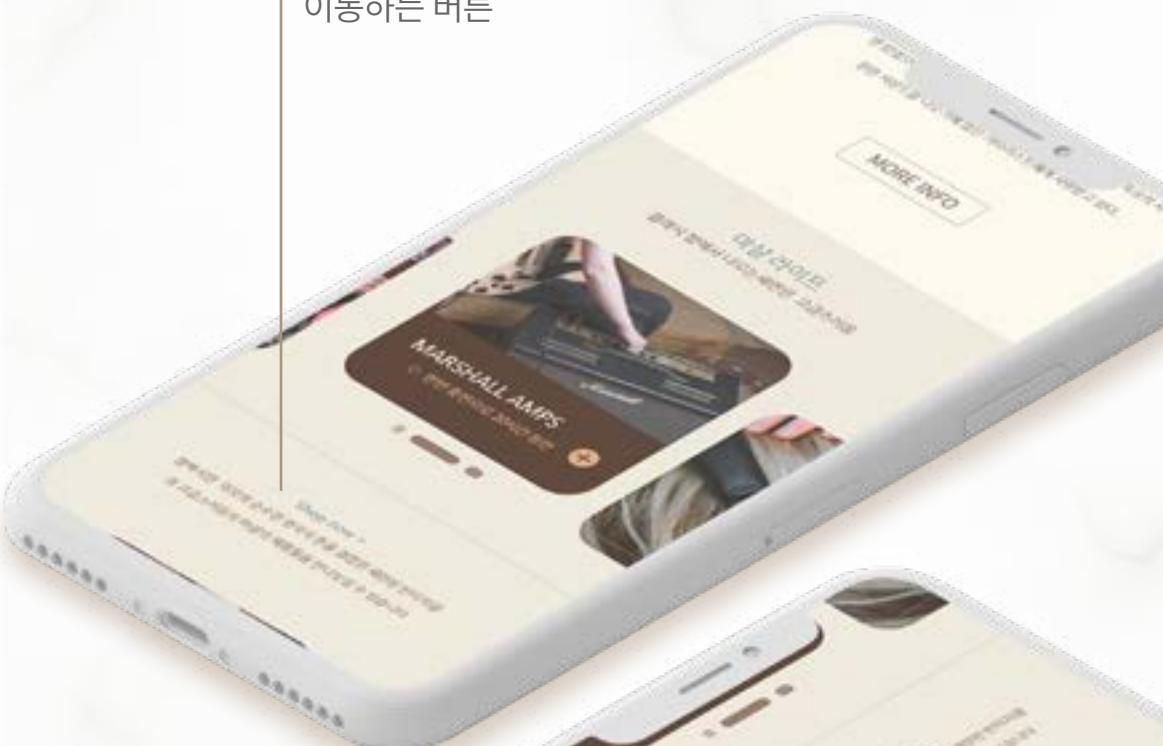
HOME

마샬의 모바일 버전 홈화면입니다
햄버거 버튼을 누를 시
주요 메뉴와 서브메뉴가 펼쳐집니다



01. Main section

- 02 - 1
제품 구매 삼으로
이동하는 버튼

02. 마샬 라이프 슬라이드

- 03
음악을 위한 라이브 section

**04**

- 04 - 2
웹상의 그리드를 활용하여 디자인한
부분을 나누어 모바일에 적합하게 디자인하였다

MAIN SECTION

홈 화면은 마샬의 주요 서비스를
함축적으로 모아 섹션별로 담았습니다.
각 섹션별로 요약한 카테고리로
이동을 유도합니다.

INFORMATION

마샬의 정보를 알 수 있는 페이지입니다

음악을 위한 라이브



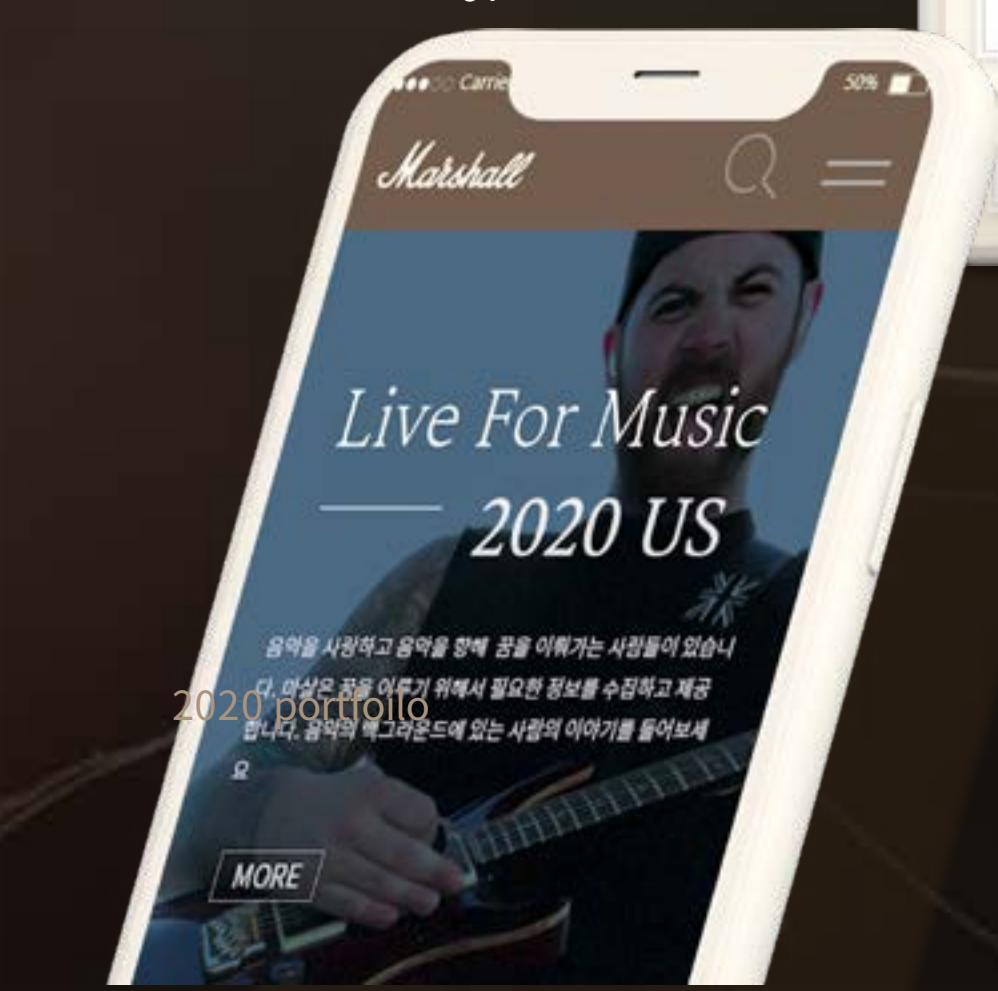
마샬 라이브



마이 마샬



01



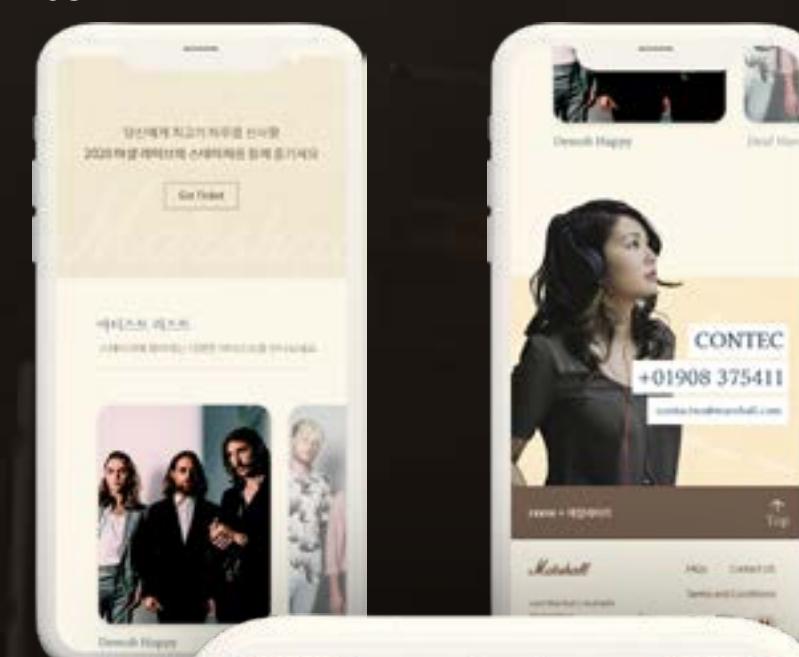
04



05



03



04



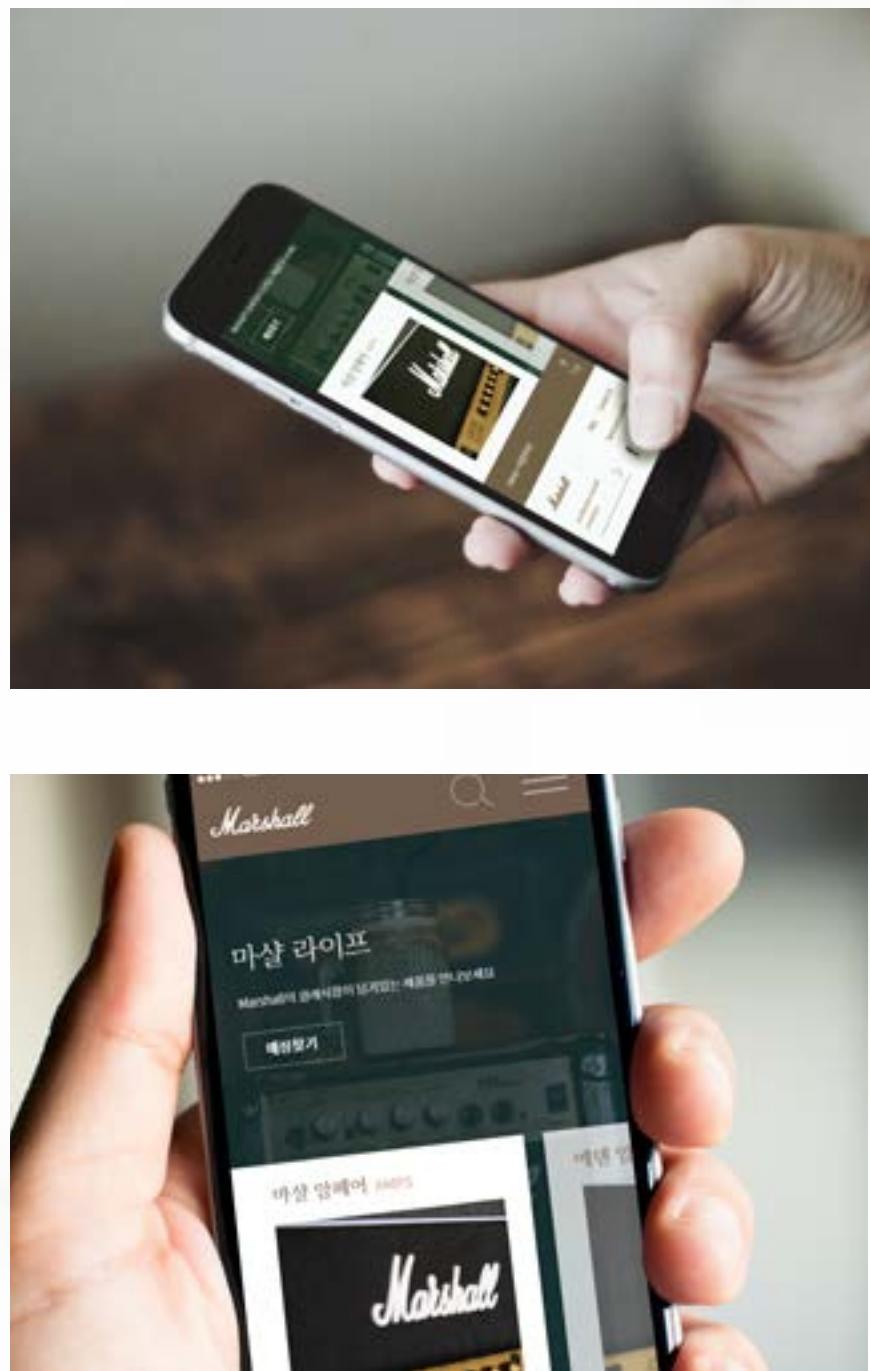
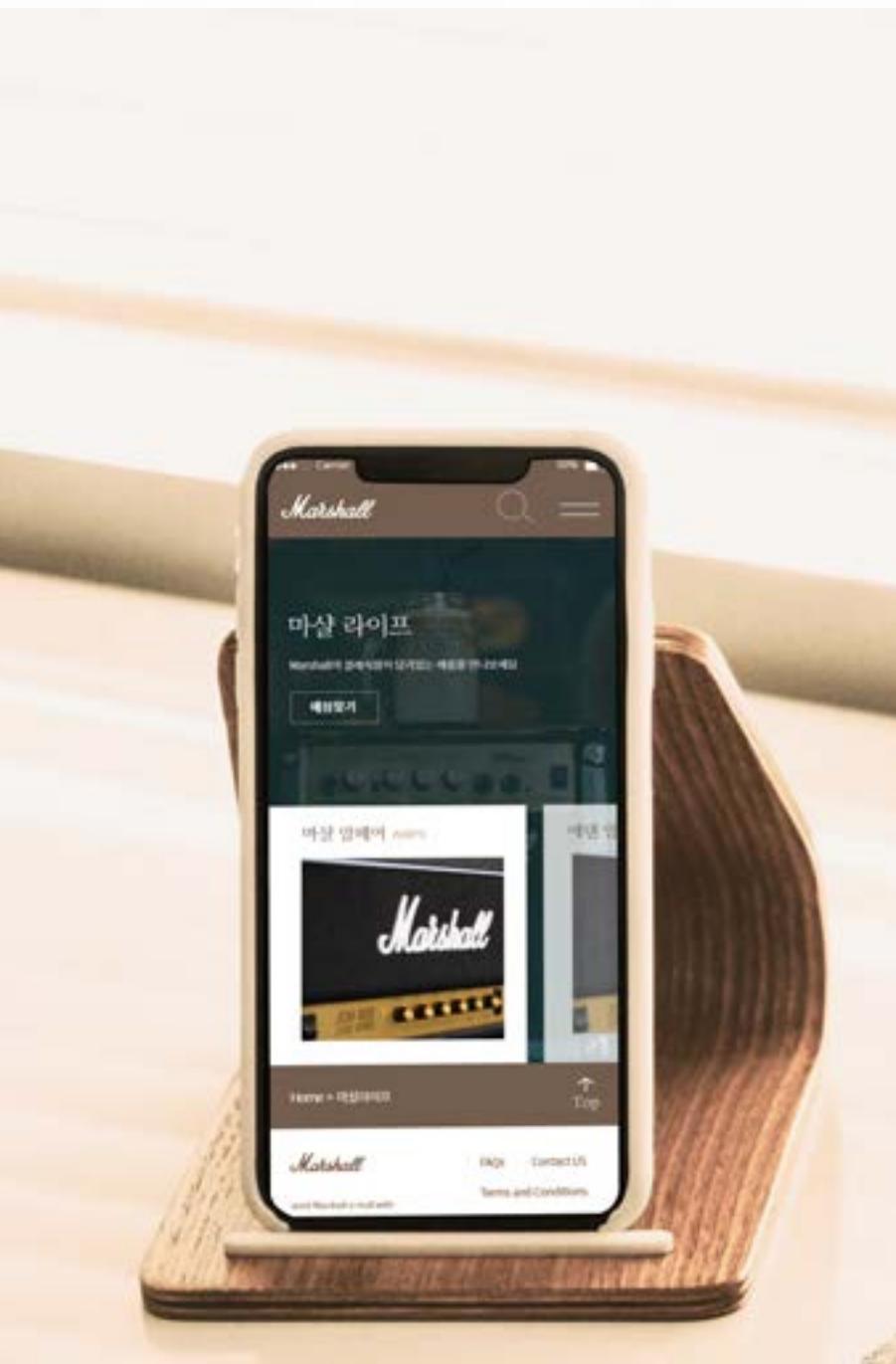
03



04

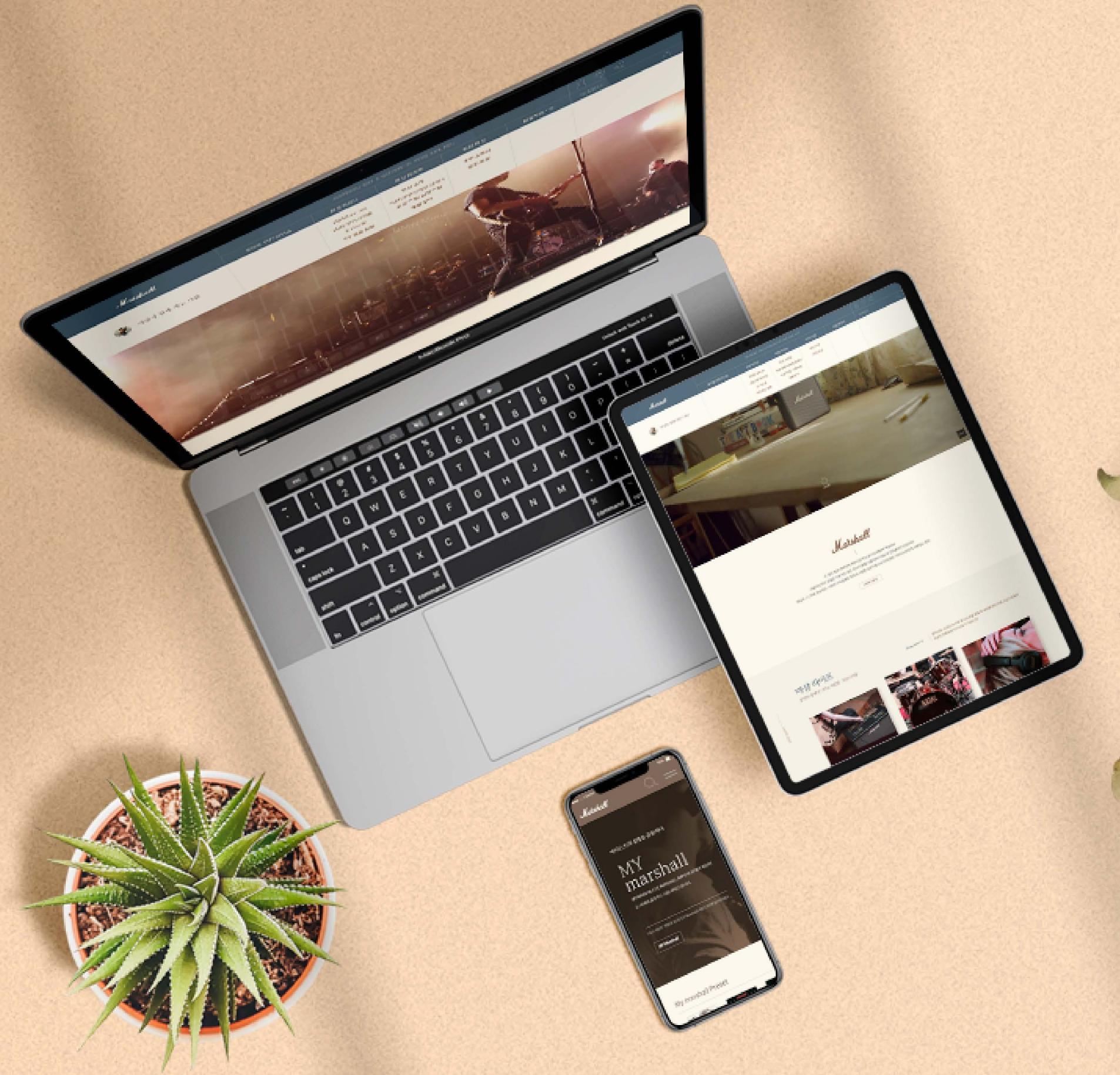


마샬 라이프



마샬 레코드





02.

Micro Site
신서유기 마이크로

web, mobile

신서유기

CJ E&M의 나영석 PD와 신효정 PD가 공동연출하고 시즌 2까지 네이버 TV에서 방영했던 인터넷 방송이자 시즌 3부터 tvN에서 방송하는 버라이어티 예능 시리즈이다.

over view

프로젝트기간	2019 - 2020
해상도	1920 x 1080
사용프로그램	ps , xd



신서유기

PROJECT GOAL

방송 프로그램의 타겟과 컨셉이 명확하기 때문에
방송 마스코트 캐릭터, B급감성,
중국 서유기풍인 이미지를 살리고자 했습니다.
또한 고유의 일러스트풍이 있기 때문에
최대한 유지하며 소개하는 것을 목표로 두었습니다.



DESIGN CONCEPT

신서유기라는 컨셉을 따 중화풍으로 디자인
출연진의 인지도가 있는 편이기에 사진을 활용할 것

COLOR IDENTITY



POINT

기존에 1박2일을 맡았던 나영석 PD와 인연이 있는 출연진간의
케미가 돋보이는 프로그램입니다.

TYPOGRAPHY

포천 막걸리왕
산돌 그린티 라떼
나눔손글씨 동화 폰트
NOTO SANS CJK KR

■ 메인 & 예고편

신서유기의 컨셉을 보여주는 메인페이지와 예고편입니다

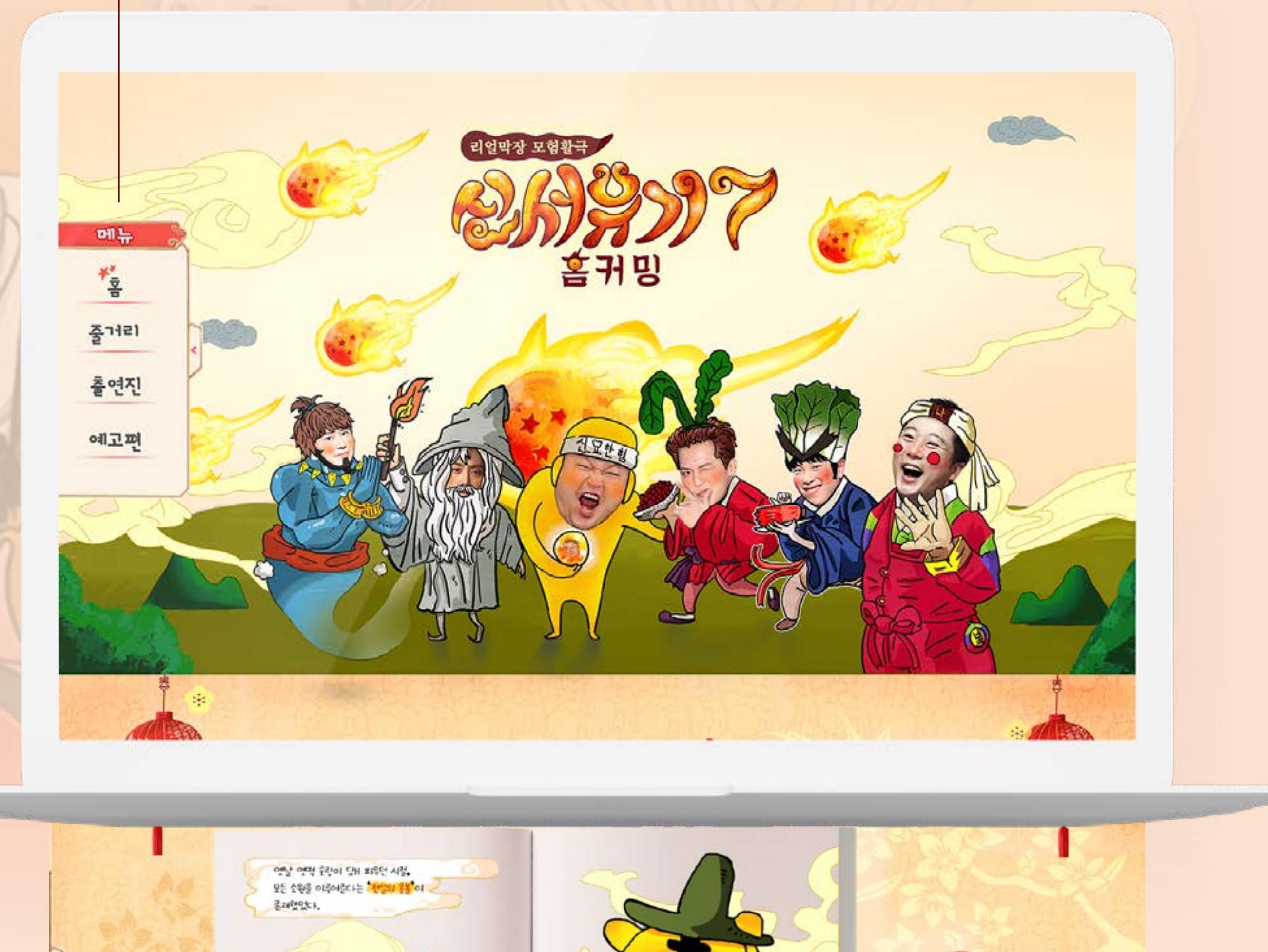
신서유기7과 오프닝 컨셉에 맞추어

소스를 그려 디자인 했습니다

■ 일러스트



gnb
신서유기 섹션으로 각각 이동시켜주는 gnb 메뉴 입니다.



줄거리

신서유기의 컨셉을 보여주는 메인페이지 입니다

신서유기7과 오프닝 컨셉에 맞추어 소스를 그려 제작 하였습니다

일러스트



출연진 소개

신서유기에 출연하는 출연진 소개 페이지입니다
소원을 이루어준다는 용불을 찾는다는 컨셉에 맞게
용불에 출연진을 넣어 소개 버튼을 만들었습니다

소스



01. 출연진 소개_섹션



02. 출연진 소개 팝업



예고편

신서유기 프로그램 홍보 예고편을 보여주는 섹션입니다.

웹사이트에서는 마지막 섹션에 배치하여 보여주었고

모바일에서는 디바이스를 활용하여 예고편과 메인을 함께 보여주었습니다

01. 모바일 신서유기 메인 & 예고편



1-1. GNB 서브페이지



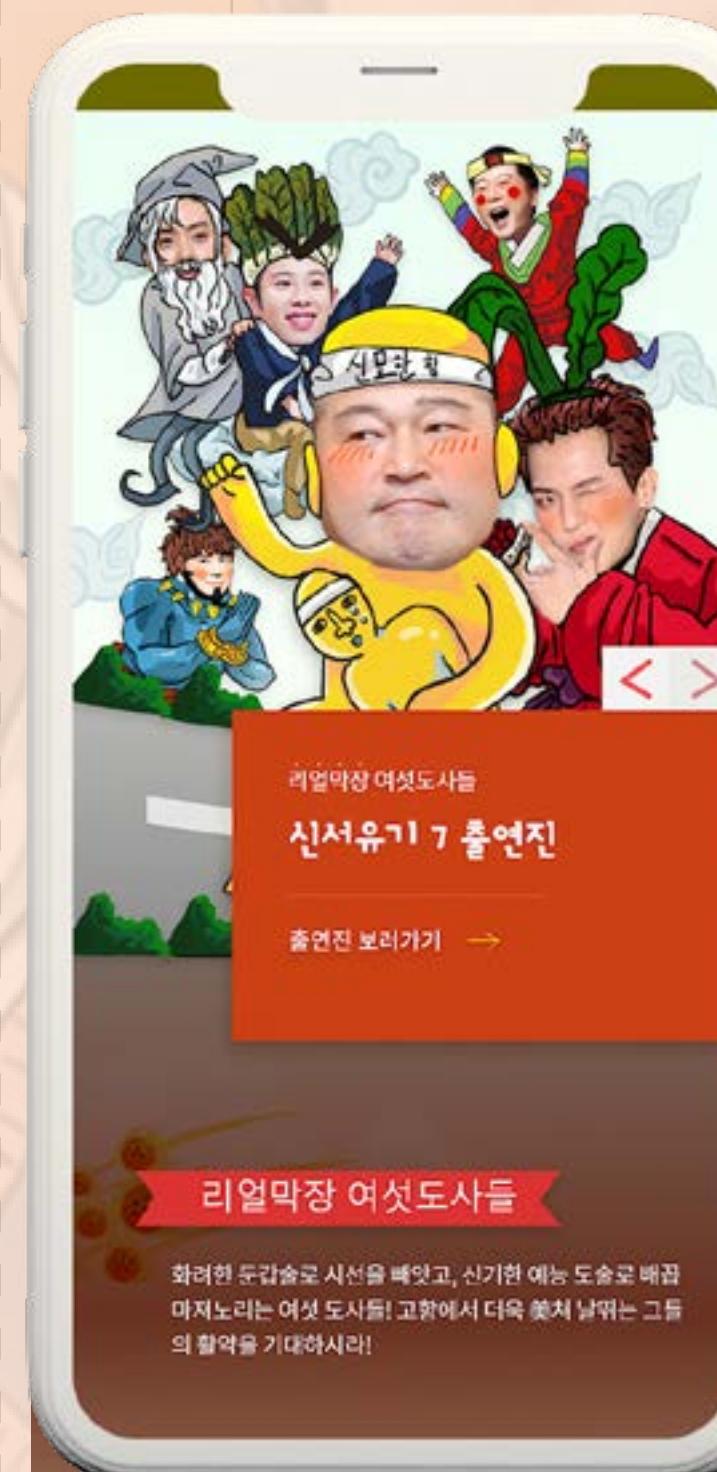
출연진 소개

신서유기7에 출연한 출연진 소개섹션의 모바일 버전입니다.
모바일 버전에 맞추어 디자인 했습니다.

소스



01. 출연진 소개



02. 출연진 소개 팝업



강묘한 / 강호동

차세대 국민드라마 강묘한

'진묘한'이 실제로 나타났다! 김호나사와 수박에 이은 본장 FLEX 빠엠~ (feat. 웃 알아봄 주의)

낫방 상관없이 용불보다 더 뛰어가는 노란 형체와 24시간 끈눈으로 존재감 2000% 상승

한국에서 7성구 찾기? 애착인형 묘한이와 함께라면 전국 어디든 자신있어 ★

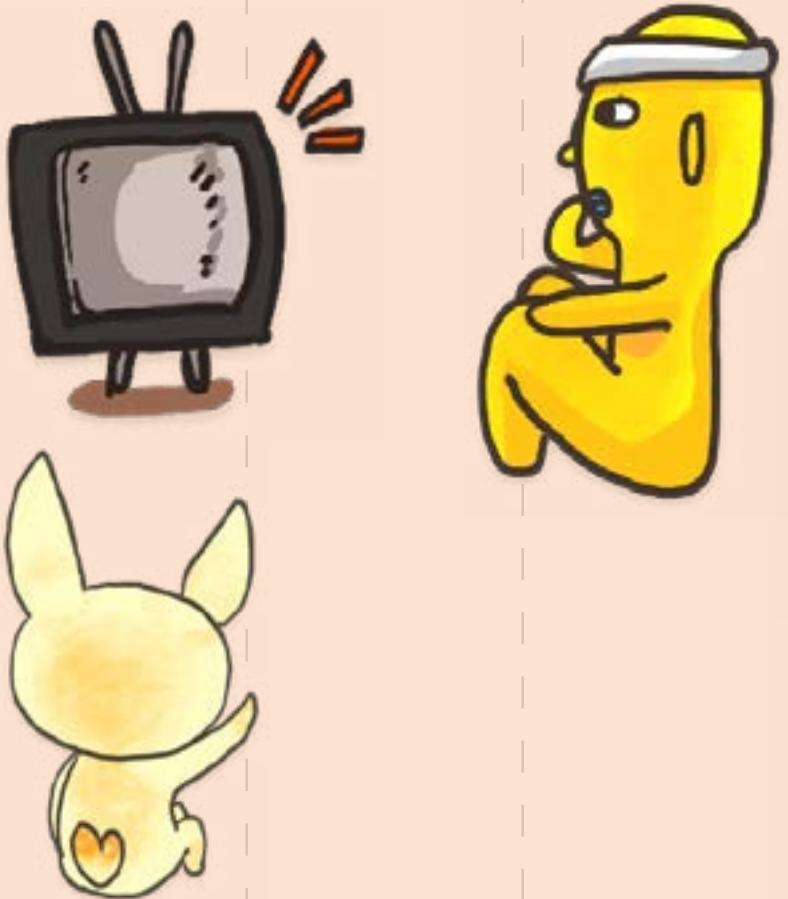
출연진 팝업

출연진 버튼을 클릭하면
소개 팝업창이 나옵니다

신서유기 7 줄거리

신서유기7 프로그램의 기본 줄거리 소개섹션입니다.
신서유기 출연진 페이지로 넘길 수 있습니다.

기업 브랜딩 사이트



01. 모바일 메인



02. 줄거리_01

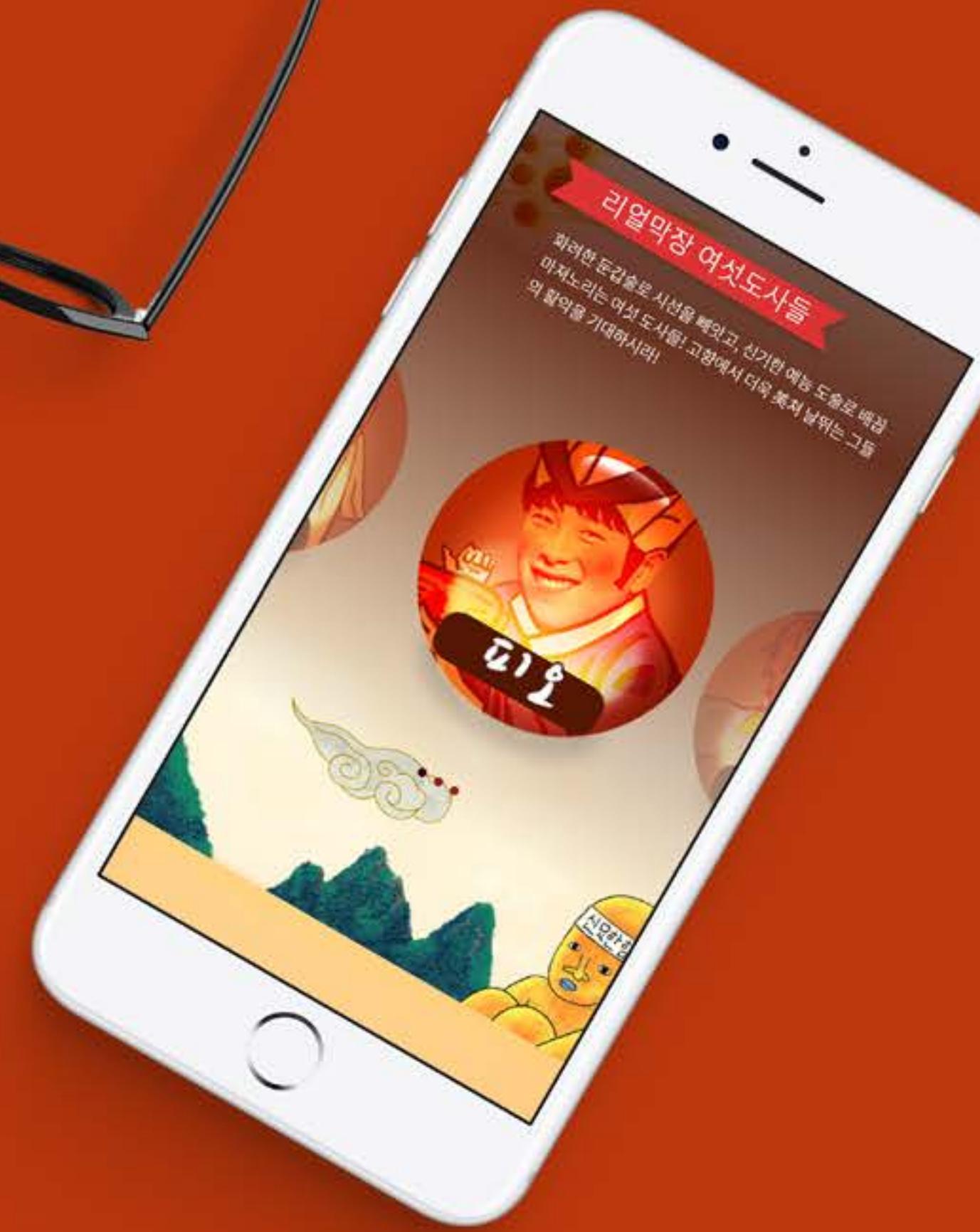
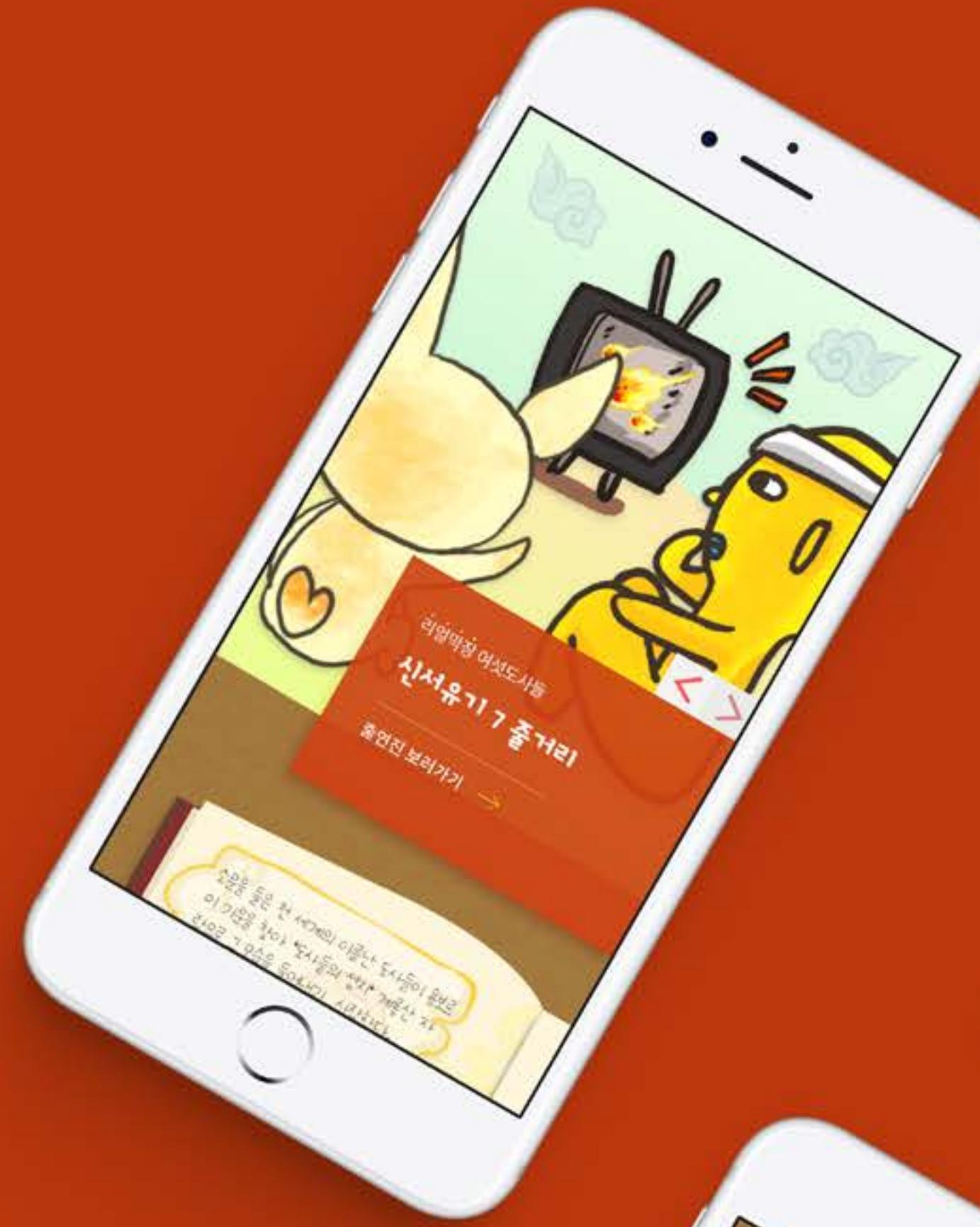


03. 줄거리_02



04. 줄거리_03





이니스프리

깨끗한 자연과 건강한 아름다움이 행복하게 공존하는 섬.
이니프리는 제주가 주는 자연의 혜택을 담아 건강한 아름다움을
전하고자하는 국내대표 자연주의 브랜드입니다.

over view

프로젝트기간	2019 - 2020
해상도	1920 x 1080
사용프로그램	ps



이니스프리

PROJECT GOAL

이니스프리는 제주도의 건강한 원료를 찾아
만드는 자연주의 브랜드입니다
깨끗한 원료를 사용하는 기업의 가치관이제품에 나타나기
에 자연과 관련된 소스와 자연의색을 사용했습니다



DESIGN CONCEPT

요소요소에 나뭇잎과 대비가 낮은 녹색 계열을 활용해 순한 마일드
클렌징 오일을 표현했습니다

COLOR IDENTITY



POINT

10대~20대가 주로 이용하는 로드샵 브랜드입니다
그 컨셉에 맞게 팬시한 서체와 일러스트를 사용하였습니다

TYPOGRAPHY

산돌 오톰통(OTF)

NOTO SANS CJK KR

산돌- 그린티 라떼

NOTO SANS CJK KR - Regular

OUT PUT

1. 이니스프리 Main

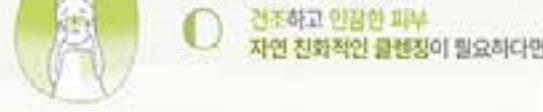
제품을 소개하는 타이틀 아래로 제품과 간략한 제품 설명을 뒤에 배치해 메인 비쥬얼을 디자인 했습니다
녹차 성분이라는 점을 보여주기 위해 잎사귀 소스를 배치하여 제품 비쥬얼에 도움을 주고자 했습니다



2. 타이틀 섹션

제품 설명에 대한 호기심을 부르는 섹션입니다
카드 형식의 디자인 뒤에 거품 소스를 배치하여 클렌징이라는 단어를 비쥬얼 적으로 보여주고 피부고민을 하는 일러스트를 그려 배치해 캐쥬얼한 분위기를 내고자 하였습니다

그린티 퓨어 3point



그린티 퓨어 3point



innsfree promise 란



고객 만족감을 더욱 강화한 고객 친화적 제품 환경영향을 최소화한 환경친화성 제품, 지역 사회의 조화를 추구하는 사회 친화적제품에 한에 부착하는 내부 인증마크입니다.

HOW to

1. 물을 묻히지 않은 손에 적당량 젤 액을 부드럽게 펴발라주며 메이크업을 놓아냅니다.
2. 손가락에 물을 더해기면 빠르게 허우허우 흥물며 피부를 씻어줍니다.
3. 피부 상태에 따라 물개인 후 스팟을 적신 화장솜으로 막아내거나
이니스프리 청량 티슈로 이용해주세요.

그린티 퓨어 클렌징 라인





04.

Event Page

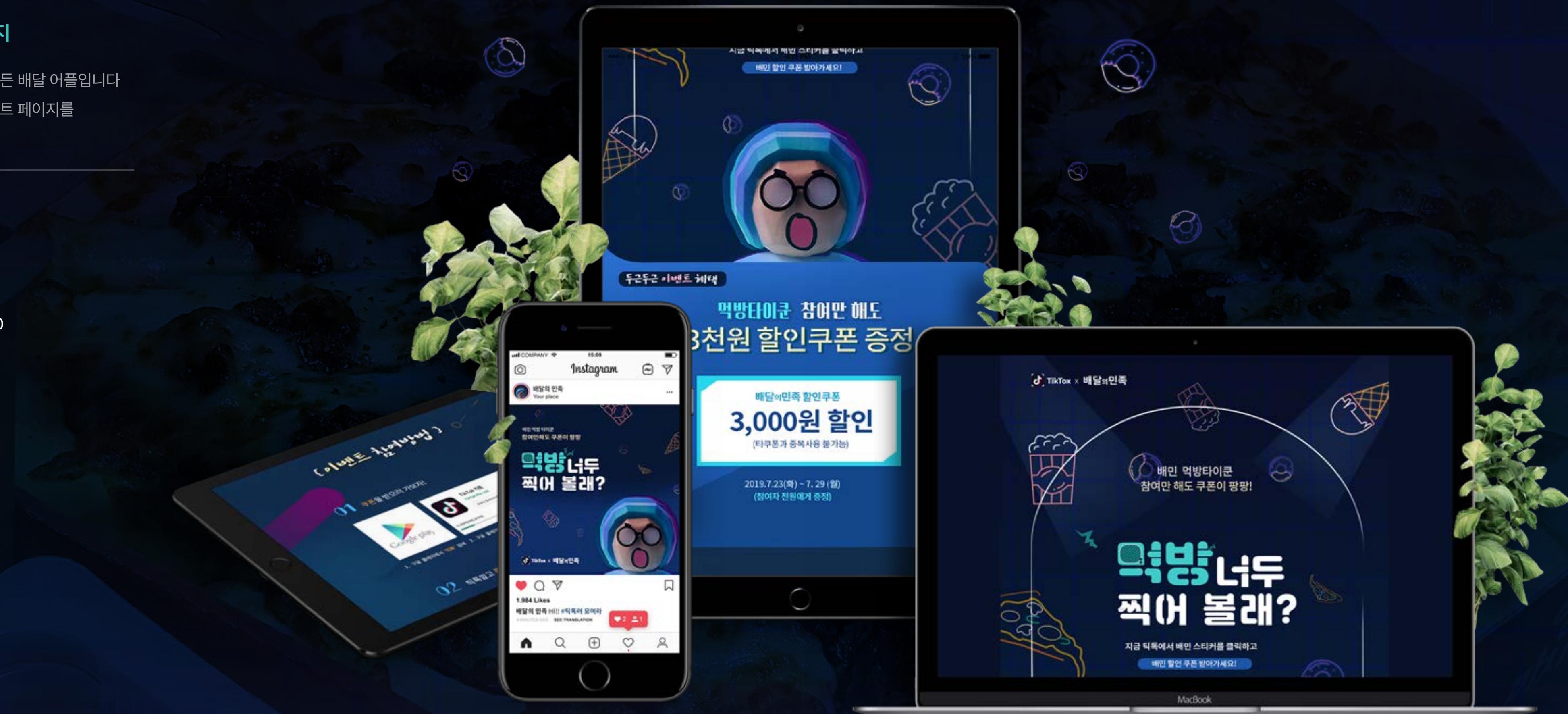
이벤트페이지

배달의 민족 이벤트 페이지

배달의 민족은 우아한 형제에서 만든 배달 어플입니다
배달의 민족과 틱톡의 콜라보 이벤트 페이지를
디자인해 보았습니다.

over view

프로젝트기간	2019. 8월
해상도	1920 x 1080
사용프로그램	ps



배민&틱톡

PROJECT GOAL

배달의 민족과 틱톡의 콜라보 이벤트입니다
틱톡과의 콜라보 이벤트이기에 틱톡의
이미지를 나타내는 네온스타일과
배달의 민족의 아이덴티 색인 민트를 사용했습니다



DESIGN CONCEPT

틱톡의 로고스타일인 글리치스타일의
색 배합을 사용해 디자인 합니다

COLOR IDENTITY



POINT

콜라보 이벤트지만 한 회사에 치우쳐지지 않고
각 회사의 아이덴티가 보일 수 있게 디자인 했습니다

TYPOGRAPHY

여기 어때 잘난체 폰트

NOTO SANS CJK KR

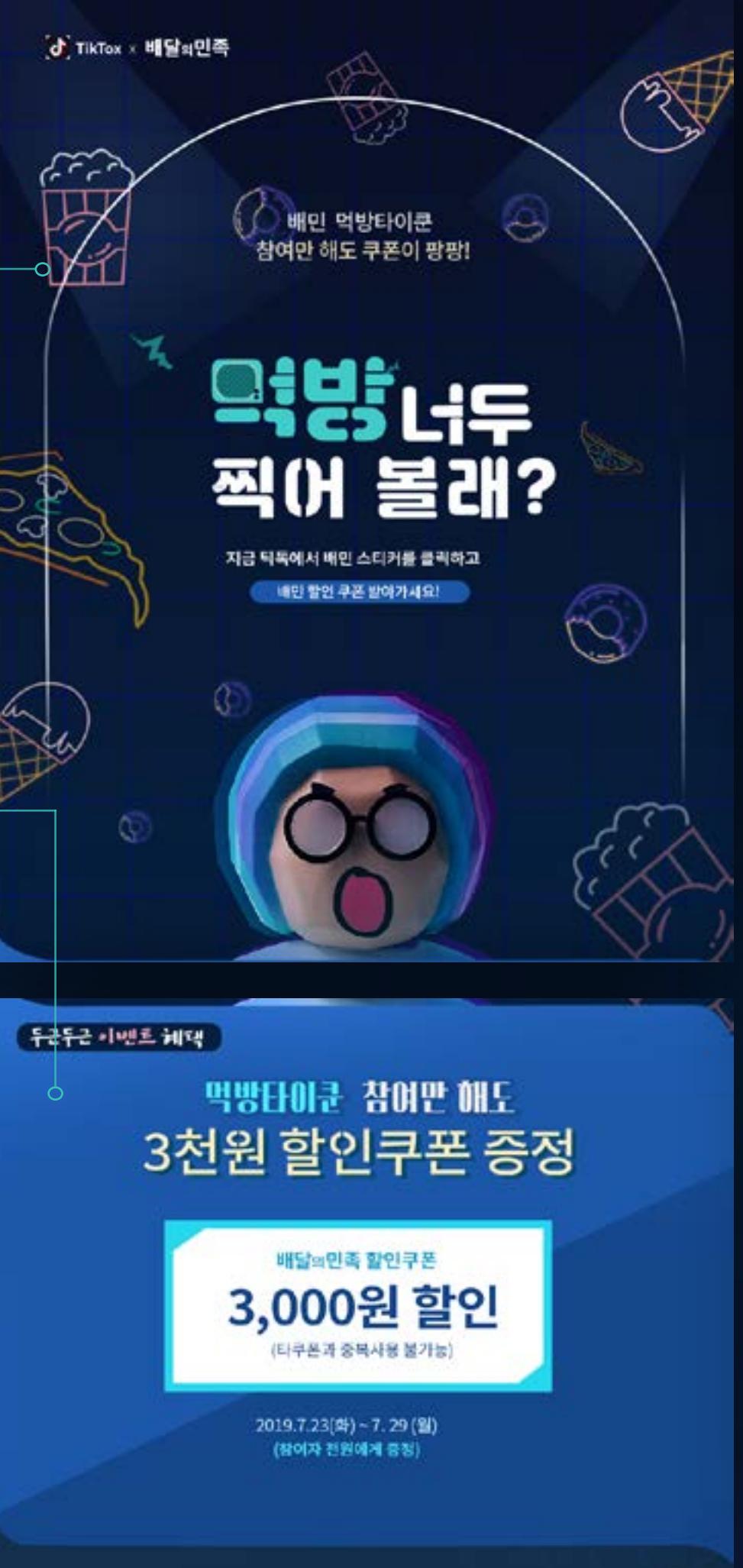
윤고체

BONDI

OUT PUT

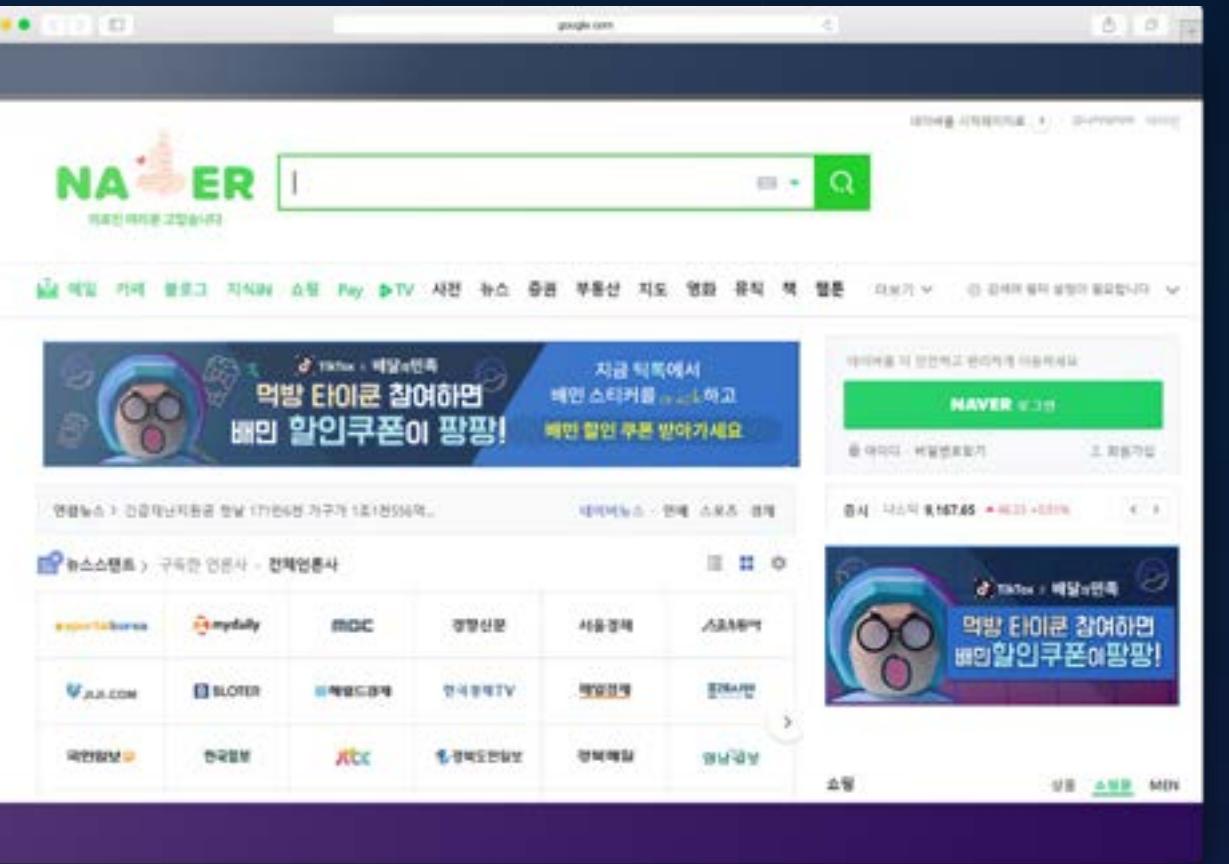
1. 이벤트 Main

제품을 소개하는 타이틀 아래로 제품과 간략한 제품 설명을 뒤에 배치해 메인 비쥬얼을 디자인 했습니다
녹차 성분이라는 점을 보여주기 위해 잎사귀 소스를 배치하여 제품 비쥬얼에 도움을 주고자 했습니다



2. 할인 쿠폰 section

배달의 민족 배너 광고



3. 이벤트 설명

01 쿠폰을 받으려 가보자!

02 딕톡깔고 폭탄을 피해 날날남

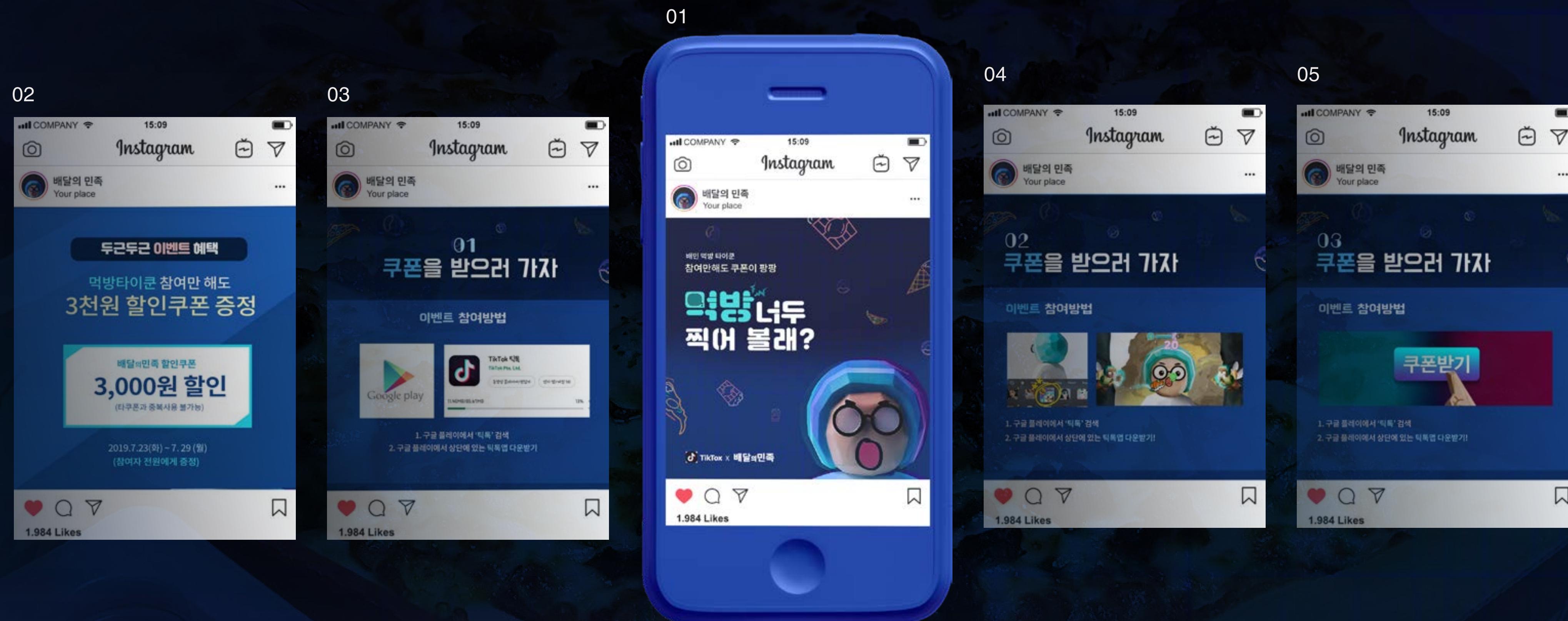
03 이벤트도 참여한 뒤 쿠폰을 다운받아 주문해보자



4. 다운로드 버튼



SNS promotion out put



에버랜드 할로윈

에버랜드는 1976년 4월 '자연농원'이라는 이름으로 문을 열었으며
올해로 30주년을 맞이하여 30주년 기념 퍼레이드인

'카니발 판타지 퍼레이드' 등을 선보였다

over view

프로젝트기간	2019 - 2020
해상도	1920 x 1080
사용프로그램	ps



에버랜드

PROJECT GOAL

에버랜드의 할로윈 이벤트 테마 소개 페이지입니다
숲 속의 좀비 축제이기에 할로윈의 요소와
좀비에 관련된 디자인적 요소를
사용하여 디자인 합니다



DESIGN CONCEPT

숲속에서 좀비를 피해 탈출하는 컨셉입니다
할로윈 분위기가 나는 색상을 사용했습니다.

COLOR IDENTITY



POINT

좀비 버스터 분위기를 내주는 횃불 오브젝트와 중간 중간
유령의 이미지로 할로윈의 스산한 분위기를 내주었습니다

TYPOGRAPHY

불활고딕 YD 탈명조
여기 어때 잘난체 NOTO SANS CJK KR

■ 에버랜드 프로모션

에버랜드의 할로윈이벤트소개 프로모션 사이트입니다

사진을 합성하는 매트페인팅 기법을 사용하여

디자인 했습니다.

1. 이벤트 Main

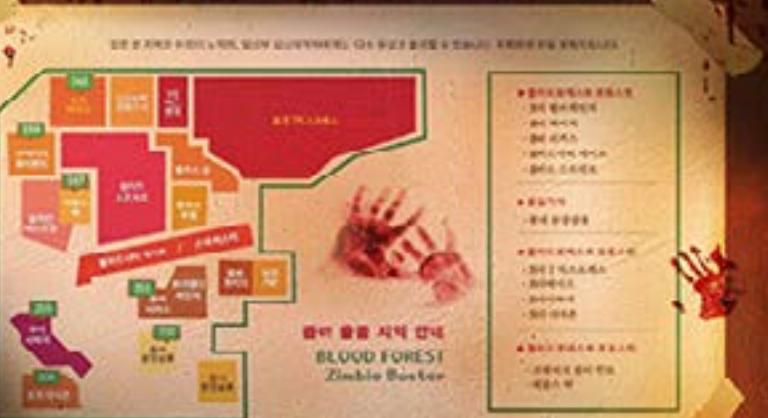
에버랜드 할로윈 메인 이미지
사진을 합성을 이용하여
할로윈의 분위기를 그래픽적으로
디자인 했습니다

- zombie party -
MIDNIGHT
blood forest

클리드 포레스트2 : 좀비버스터
**고요한 숲의
어느밤**

2. 테마파크 지도

클리드 포레스트2 : 좀비버스터
**고요한 숲의
어느밤**



■ 메인 페이지 합성

메인페이지 비쥬얼은 소스 합성을 이질감이 느껴지지 않도록 합성하여 그래픽적으로 표현 하였습니다



고요한 숲의 어느밤

서브 페이지

2. 테마파크 지도

에버랜드 할로윈에서
즐길수 있는이벤트를 보여주는
VIDEO CLIP 입니다



3. 에버랜드 VIDEO

에버랜드 할로윈에서
즐길수 있는이벤트를 보여주는
VIDEO CLIP 입니다



DETAIL



■ 서브 페이지

3. 에버랜드 VIDEO

에버랜드 할로윈에서
즐길수 있는이벤트를 보여주는
VIDEO CLIP 입니다

BLOOD FOREST VIDEO CLIP



4. 놀이기구 소개

좀비를 피해 달아난다는
컨셉으로 소개하는 할로윈컨셉
놀이기구 설명 섹션입니다

ZOMBIE RIDE

무서운 좀비를 피해 달아나는 두 번째 놀이기구입니다.
1인당 1회 10분간 즐길 수 있는 놀이기구입니다.

호러 T-EXPRESS

무서운 좀비로부터 죽기 살기로 달려야 할 수 있다.
쫓기는 민족들의 힘으로 천국에
호러와 스릴이 폭발하는 속도 84km/h!
달리는 좀비 코스터

호러 아마존

이동 속도 날진을 노리는 좀비 인간사냥꾼을 경계하며,
좀비의 공격 속에 흐릿당한 관리들을 어우성과 10세자 신생
공포로 업그레이드 된 호러 아마존!

호러 메이즈

또 다시 시작되는 공포의 호러메이즈,
괴이한 소리, 의문의 사건, 미스테리한 일이
끊이지 않는 호러메이즈로 여러분을 초대합니다.

호러 메이즈

또 다시 시작되는 공포의 호러메이즈,
괴이한 소리, 의문의 사건, 미스테리한 일이
끊이지 않는 호러메이즈로 여러분을 초대합니다.

호러 사파리

14세 이상 이용가능
전장을 위해 전사비, 노역자 등 주자와 이용객한
여행객/한글 이용권가는 블로그의 티켓 구매 가격 5,000원/ 1인
유전기티켓 티켓 블로그내시기, 스크린 백화점 당일 티켓
당일 판매 상황에 따라 초기 예약할 수 있음

이동안내

14세 이상 이용가능
전장을 위해 전사비, 노역자 등 주자와 이용객한
여행객/한글 이용권가는 블로그의 티켓 구매 가격 5,000원/ 1인
유전기티켓 티켓 블로그내시기, 스크린 백화점 당일 티켓
당일 판매 상황에 따라 초기 예약할 수 있음

자세히보기

유전기티켓
14세 이상 이용가능
전장을 위해 전사비, 노역자 등 주자와 이용객한
여행객/한글 이용권가는 블로그의 티켓 구매 가격 5,000원/ 1인
유전기티켓 티켓 블로그내시기, 스크린 백화점 당일 티켓
당일 판매 상황에 따라 초기 예약할 수 있음

5. 좀비 분장살롱

좀비 분장 살롱 소개 섹션

6. MD 섹션

에버랜드에서 판매하는
MD코너와 FOOD코너의
제품을 소개하는 섹션입니다

7. FOOD 섹션

할로윈의 궁금한점을
모아둔 인포메이션 코너입니다

좀비 분장살롱



증명
좀비 카니발의 제품이 되고 싶지 않다.
면, 직접 화려한 모습의 **장식**과 **색상**을 즐기도록..

증명
좀비로 변신하고, 다양한 포토스팟에서 좀비연출을
한 후에 블러드 포레스트 게이트를 통과 해보세요.

MD&FOOD



HALLOWEEN FOOD



9. INFORMATION 섹션



• INFORMATION •

- Q 좀비에게 물리면 어떻게 하나요?
- Q 블러드 포레스트의 좀비는 진짜인가요?
- Q 호리에이즈, 호리사파리는 당일날 예약할 수 있나요?
- Q 에버랜드 이용권을 구입하면 블러드 포레스트에 들어갈 수 있나요?
- Q 저는 오가닉화물은 빠도 무언지 알고 올해도 좋아하는는데요.
블러드 포레스트의 좀비는 안무서서쁜 것밖에 아효?

SNS promotion out put



01

02

03

04

05

06

