

잡코리아가 만드는 직무가이드 북

Job Times

디자인 편



클릭!

다른 직무 더 보기

직무 정보와
취업 노하우
총정리



Job Times

잡코리아가 만드는 직무가이드 북



디자인편



JOBKOREA^o 중은일 연구소 발행



디자인 편 IT·SW 편



공무원·공기업 편 이공계(자연대) 편



이공계(공대) 편 기획 편



마케팅 편 인사(HR) 편



영업 편 광고·홍보 편

Job Times를 PDF로 보실 수 있습니다.
(www.jobkorea.co.kr/jobtimes/pdf)



2015년 6월 30일 1판 3쇄 발행

지은이 잡코리아 좋은일 연구소
(나광철, 박재은, 변지성, 정주희, 현영은)

발행인 김훈

편집장 박강철

편집디자인 디자인 규

주소 서울시 강남구 삼성2동
144-24번지 송암빌딩 8~15층

전화 02-3466-5207

전자우편 good@jobkorea.co.kr

카페 BKOR 검색창에 **좋은일 연구소**

Prologue

인포그래픽으로 보는 디자인의 세계 • 04
디자인 직군 리스트 및 요구 자격 • 07

Part 1. 디자이너 선배들과의 생생 인터뷰

패션디자이너 | LG패션 | 왕정원 • 10
편집디자인 | 두산매거진 | 박민주 • 13
UX디자인 | 탱그램디자인연구소 | 김한민·조원균 • 16
영상디자인 | 서울비전 | 윤주석 • 20

Part 2. 궁금한 업계 이야기

종교발달 여대생들의 미국 의료서비스 디자인 탐방기 • 24
해외 인턴십 경험자가 말한다 '미국에서는~~~~' • 30
디자이너들이 밝히는 직무 이야기 • 32
디자인 직무 뒷담화 엿보기 • 38



07



16



24



58

Part 3. 생생한 취업정보

디자인 분야 취업시장 트렌드 • 40
선배 디자이너가 공개하는 합격 포트폴리오 • 43
뽑고 싶은 신입 디자이너 유형 • 46
디자이너들에게 꼭 필요한 필수 아이템 • 48
[전문가 원고] 디자인의 블루오션을 창조하라 • 50

Part 4. 재미로 보는 디자인

디자인 직업의 세계 그들만의 용어 • 54
디자이너들이 뽑은 최고의 디자인 & 디자이너 • 56
디자인의 뿌리를 찾아서 • 58
우리를 힐링해주는 '위로의 디자인' • 60

Epilogue

잡코리아 이용해 디자인직 취업하기 • 62
손바닥 위의 성공 취업! 잡코리아 앱 다 모여라 • 64
좋은일 연구소 발행 도서 소개 • 65



디자이너 채용공고
가장 많은 잡코리아

01 DESIGN MOVEMENT

첫 번째 주제  디자인의 이동

산업이 발달하면서 사람들은 보다 멋진 디자인을 찾게 됐다. 산업의 발전이 디자인의 발걸음을 재촉한 것이다. 디자인은 새로운 환경에 적응해갔고 때론 앞서가면서 그 영역을 넓혀갔다. 특히 포토샵과 일러스트를 지배하게 되면서 새로움에 대한 두려움을 떨치고 어떤 분야든 갈 수 있는 초석을 다질 수 있었다. 오늘날 경쟁에서 살아남기 위해 디자인의 진화는 계속되고 있다.

PS
ADOBE

포토샵 · 디자인들의 기본이다. 웹과 영상, 사진 등에서 사용된다. 레이어에 대한 이해가 늘어나면서 이미지의 합성과 변화가 가능해졌다. 픽셀이 깨진다는 단점이 있다. 웹에서 최소 픽셀 단위는 72dpi

T

디자이너라면 포토샵과 일러스트는 기본이다.

AI
ADOBE

일러스트 · 이미지가 깨지지 않는다. 그래서 웹이 아닌 인쇄용으로 많이 사용한다. 벡터 방식을 이해하면서 이미지의 무한대 확장이 가능해졌다.

영상디자인 · 컴퓨터 그래픽 MOTION GRAPHICS-CG

사용 툴
3Dmax, MAYA, Premiere, After Effects, Sound Forge

자질
체력, 체력, 체력

직급	인원
사원	2,526
주임	2,894
대리	3,273
과장	3,928
차장	4,653

산업디자인 INDUSTRIAL DESIGN

사용 툴
3Dmax, CAD, Rhino 3D

자질
과학 기술과 숫자에 대한 이해가 필요하다

직급	인원
사원	2,580
주임	2,886
대리	3,353
과장	4,200
차장	5,117

웹디자인 WEB DESIGN

사용 툴
Designer: Flash, Dreamweaver
UI: Emitter Plus, html, CSS, Javascript, J-Query

자질
UI 분야의 경우 코딩에 대한 지식은 필수 웹 표준, 웹 접근성

직급	인원
사원	2,420
주임	2,773
대리	3,106
과장	3,655
차장	4,503

패션디자인 FASHION DESIGN

사용 툴
Photoshop, Illustrator

자질
패션 감각은 기본 피팅 모델이 될 수 있는 몸매는 덤

직급	인원
사원	2,409
주임	2,859
대리	3,330
과장	4,116
차장	5,030

편집디자인 EDITORIAL DESIGN

사용 툴
InDesign

자질
타이포를 손 주무르듯 갖고 높아야 한다

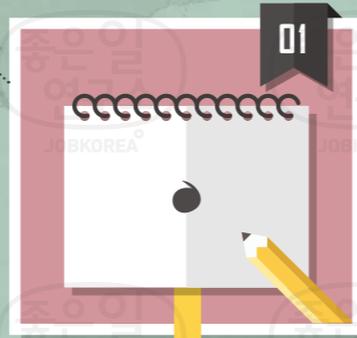
직급	인원
사원	2,474
주임	2,730
대리	3,060
과장	3,602
차장	4,294

W: 최근 3년간 잡코리아에 등록된 디자인분야 연봉 데이터 분석 [단위: 만원]

02 START OF DESIGN

두 번째 주제 디자인의 시작

점 하나 디자인의 시작



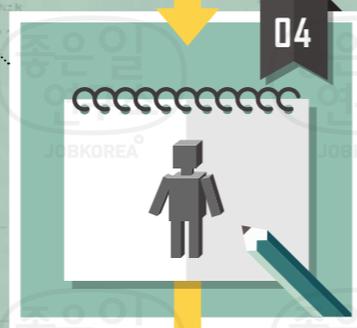
점을 이어 선을 만든다.



선을 메워 면을 만든다.



입체를 표현



이제는 아이디어!

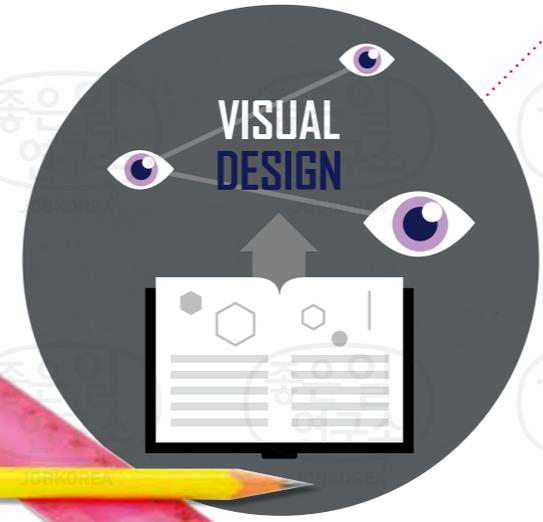
색과 글을 다룬다.

곡선, 형성



디자인 직군 리스트 및 요구 자격

디자인(Design): 우리가 머무는 공간과 사용하는 제품, 그리고 눈에 보이지 않지만 평소 접하게 되는 다양한 서비스들까지. 생활 곳곳에 디자인이 접목돼 있다고 해도 과언이 아니다. 그리고 이러한 디자인 덕분에 우리는 보다 편리하고 풍요로운 삶을 영위할 수 있다. 디자인의 세계는 무척 방대하고 다양하지만 크게 네 종류로 구분할 수 있다. 첫째, 생활에 필요한 지식과 정보를 효과적으로 전달하기 위해 이미지를 활용하는 시각디자인이다. 둘째, 우리가 사용하는 제품에 디자인을 입힘으로써 실용성과 심미성을 강조하는 제품디자인이다. 셋째는 우리 생활에 필요한 주거 환경 및 공간을 디자인하는 환경디자인이며, 넷째는 의복과 장신구 등을 만드는 패션디자인이다.



시각디자인

전달하고자 하는 정보를 그림, 사진, 문자, 기호, 색상, 영상 등을 이용해 보다 효과적으로 전달하는 디자인.
관련 학과 시각디자인학과, 영상디자인학과, 컴퓨터디자인학과, 광고디자인학과, 커뮤니케이션디자인학과 등
취업 분야 UX디자인, UI디자인, 웹디자인, 북디자인, 인쇄물(잡지, 신문 등) 편집디자인, 캐릭터 및 배경 디자인, CI/BI 디자인, 일러스트레이터, 타이포그래피 디자인, 광고디자인, 영상디자인, 앱북, 패키지 디자인 등
필요 기술 Illustrator, Photoshop, Flash, HTML, EditPlus, JSP, Indesign, After Effect 등



패션디자인

옷과 장신구 등에 기능성과 심미성을 부여하기 위해 디자인하는 활동.
관련 학과 의류직물학과, 패션디자인학과, 의상디자인학과, 섬유디자인학과, 의류학과, 의상학과 등
취업 분야 패션(아동복, 웨딩드레스, 한복 등) 디자인, 액세서리(장신구, 구두, 가방 등) 디자인, 패션 MD, 패션 VMD, 패션브랜드 홍보대행사, 패션잡지 기자, 패션스타일리스트 등
필요 기술 CAD, Illustrator, 봉제, 드로잉



산업디자인

우리 생활에 필요한 제품의 실용성과 경제성, 심미성 등을 고려해 좀 더 실용적이면서도 아름답게 표현하는 것.

관련 학과 산업디자인학과, 제품디자인학과, 금속공예학과, 공학디자인학과,

제품디자인학과, 인테리어디자인학과 등

취업 분야 제품(문구, 전자제품, 자동차 등) 디자인, 인테리어디자인, 전시디자인, UX디자인, 미디어파사드디자인, 조명디자인, 가구디자인, 광고디자인, 패션디자인 등

필요 기술 모형 제작, CAD, Typography, 3Dmax, Rhino, UG

환경디자인

우리 주변의 자연과 생활공간을 보다 쾌적하고 아름답게 꾸미기 위해 동선을 재배치하거나 필요한 시설물과 공간을 만드는 활동.

관련 학과 건축학과, 도시계획학과, 실내환경디자인학과 등

취업 분야 건축디자인, 가구디자인, 전시디자인, 디스플레이, 인테리어디자인,

공공시설물디자인, 조경디자인 등

필요 기술 3Dmax, Photoshop, Illustrator, CAD, Cinema4d

PART 1

Power Interview

디자이너 선배들과의 생생 인터뷰

INDUSTRIAL DESIGN



ENVIRONMENT DESIGN



▶ 디자인 직군 SWOT 분석

S

Strength

제품과 서비스의 기술 격차가 줄어들면서 소비자의 감성을 자극하는 디자인의 중요성이 강조되고 있다. 특히 디자인 가치 축정에 대한 관심이 높아지면서 디자인 경영을 도입하는 기업이 늘고 있고, 기획과 개발 등에 디자이너의 역량을 접목하는 사례가 늘고 있다.

W

Weakness

디자인 관련 학과 졸업자 수에 비해 관련 분야 인력 수요가 상대적으로 적다.

O

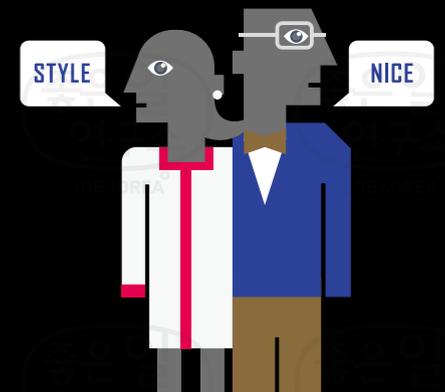
Opportunity

패션과 산업 등 다양한 분야의 디자이너들이 해외로 진출해 현지에서 좋은 반응을 얻고 있다. 국내 디자인 관련 산업과 직무에서 벗어나 글로벌 무대에서 활약할 수 있는 기회가 늘고 있다.

T

Threat

디자인 강국인 미국과의 FTA 체결로 인해 유명 미국 디자인 기업들의 국내 진출이 예상된다. 이로 인해 국내 중소 중견 디자인 관련 회사들은 새로운 도전에 직면하게 될 수도 있다.



패션디자인 | LG패션 | 왕정원 ··10

편집디자인 | 두산매거진 | 박민주 ··13

UX디자인 | 탱그램디자인연구소 | 김한민 · 조원균 ··16

영상디자인 | 서울비전 | 윤주석 ··20

패션디자이너에게 꼼꼼함과 스피드는 필수

LG패션 TNGT 디자인 담당 왕정원 전임



LG패션 왕정원 전임

패션디자이너 경력 8년 차로, 현재 LG패션 TNGT 남성 BPU에서 근무 중이다. 주로 캐주얼 라인의 재킷과 바지, 스웨터, 코트 등을 디자인하고 있다. 과거 신성통상 ZIOZIA에서는 백화점 라인인 ANDZ by ZIOZIA의 재킷과 코트 등의 디자인을 담당했다.

패션만큼 트렌드가 빠르게 바뀌는 분야가 있을까? 매 시즌마다 우리의 눈을 사로잡는 멋진 옷을 만들어내는 패션디자이너들. 옷 하나가 완성되기까지 디자이너들은 어떤 노력을 하는지, LG패션의 왕정원 전임을 만나 생생한 직무 이야기를 들어봤다.

어느 분야건 취업이 어렵긴 하지만, 특히 패션디자이너 쪽은 여부를 중요하게 평가한다. 또한 면접을 보다 보면 이 친 입사경쟁률이 무척 치열한 것으로 알고 있다. LG패션에 취구가 디자인에 대한 확신과 열정이 정말 있는지가 느껴진 업할 수 있었던 자신만의 노하우가 있었나? 다. 그런 친구들을 우선적으로 뽑는다.

LG패션이 나의 첫 회사는 아니다. 다른 곳에서 근무하다 경력직으로 이직했다. 처음엔 신성통상 ZIOZIA에서 인턴으로 시작했는데, 그게 8년 전이다.

내가 취업을 준비하던 그때와 마찬가지로 지금도 패션디자이너 분야는 신입사원을 많이 뽑지 않는다. 그렇기 때문에 취업문이 좁은 게 사실이다. 현재 취업 때문에 고민하는 학생들이라면 낮은 곳에서부터 시작하는 것이 최선의 방법일 수 있다. 첫술에 배부를 순 없지 않다. 비싼 등록금 내며 학교에서 지식을 배우듯이, 처음에 연봉이 낮거나 때론 급여가 없더라도 배울 것이 있으면 거기서부터 시작하는 게 맞다고 생각한다. 일단 첫발을 내딛고 나면 그 이후부터는 경력을 쌓아서 또는 인맥을 통해 원하는 곳으로의 이동이 한결 쉬워진다.

패션디자이너들의 하루 일과는 대략 어떻게 진행되나? 기본적으로 출근해서 다이어리에 해야 할 업무를 정리하는 것으로 시작한다. 매일매일 하는 일이 조금씩 다른데, 시즌에 맞춰 주요 업무가 바뀌는 편이다. 5월과 11월은 각 시즌에 내놓을 디자인의 주요 콘셉트를 정하는 품평 작업 기간이기 때문에 가장 바쁘다. 품평 작업이 끝나고 나면 메인 작업지시서를 꾸미는 일에 주력하게 되는데, 생산에 필요한 아이템 작업지시서를 만들고 원단 발주 등의 업무를 처리한다. 그리고 틈틈이 잡지나 블로그 등을 보며 새로운 패션 스타일을 스크랩하면서 보낸다.

재밌는 점은, 정작 디자인하는 시간은 의외로 적다는 것이다. 전체 업무량을 100으로 볼 때, 디자인을 하는 데 보내는 시간은 15~20%에 불과하다. 디자이너는 디자인만 하는 것이 아니라 옷이 만들어지는 전 과정에 참여하게 된다. 화보촬영, 협찬, 상품설명회, 상품설명서 작성 등 주 업무 외에 신경 써야 할 일도 많다. 그렇다 보니 앞서 얘기한 것처럼 여러 사람과 어울려 일할 수 있는 인성적인 부분이 디자이너에게는 무척 중요하다.

취업을 위해서는 포트폴리오가 무척 중요하다고 알고 있다. 어떻게 준비하는 것이 좋은가?

자신의 생각이나 아이디어를 보여줘야 하기 때문에 취업 시 포트폴리오가 꼭 필요한 것은 맞다. 하지만 나의 경우나 주변 동료 디자이너들을 보면 포트폴리오가 취업의 당락을 결정짓는 가장 중요한 요소는 아니었다. 내 경우는 졸업 작품과 경진대회에 출품했던 사진 자료들을 파일로 간단히 정리해서 제출했다. 오히려 디자이너, 특히 신입 디자이너들을 뽑을 때 가장 중점적으로 보는 것은 '인성'과 '열정'이다. 패션디자이너는 겉으로 화려해 보일 수 있지만 실무를 들여다보면 디자인 외의 여타 업무량이 많고 또 여러 사람과 함께 어울려 일해야 하는 직업이다. 그러다 보니 팀워크를 이뤄 다른 사람들과 협업할 수 있는지

하나의 디자인을 시장에 내놓기 위해 거쳐야 하는 일이 무척 많을 것 같다. 전체적인 작업 프로세스가 어떻게 이뤄지는지 알려 달라.

샘플제작-품평-품평 리뷰-스타일 결정-메인 작업지시서-큐제(QC, 품질관리)-생산의 순서로 일이 진행된다. 시즌 기획이 일의 첫 시작이다. 한 시즌의 테마를 결정하는 일인데, 가령 '에코'를 테마로 잡았다면 주제에 맞

는 부자재와 색감, 프린트 등을 디자인에 접목시킨다. 티셔츠에 자연을 보호하자는 메시지가 담긴 프린트를 넣는다가, 옷 라벨에 예코 마크를 넣는다가 하는 식이다. 시즌 테마가 정해지면 디자인에 참고할 수 있는 다양한 자료를 스크랩한다. 그리고 이어서 스케치 작업에 들어간다. 처음 아이디어 단계에서는 손으로 러프하게 그린 후, 일러스트레이터를 이용해 도식화한다. 그리고 나서 패턴을 뜨고 샘플을 만들어본다. 이때 생각했던 대로 옷이 나오지 않으면 이를 보완할 대안을 마련해야 한다. 그러한 과정을 거친 뒤 추후 보강 작업을 통해 최종적으로 하나의 작품이 만들어지는 것이다.



Must Have Item

‘노트와 연필’

머릿속에 떠오른 영감을 그려낼 수 있는 노트와 연필이야말로 패션디자이너에게 있어 꼭 필요한 존재

라이크라(Lycra)가 들어간 편안한 특성의 울 재킷을 내놓았는데 반응이 좋았다. 그래서 매 시즌 조직과 중량을 바꿔가며 브랜드의 코어 상품으로 만들었는데 정확한 매출은 모르겠지만 꽤 영향을 끼쳤던 것 같다.

패션디자이너 준비생들에게 해주고 싶은 조언이 있다면 무엇인가?

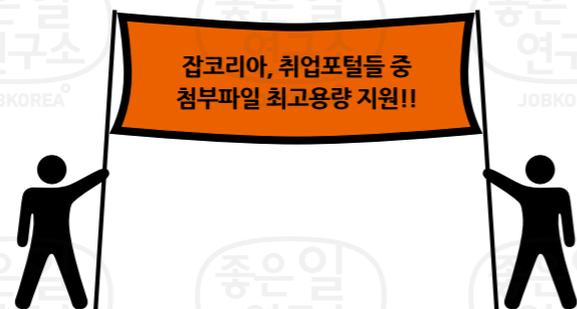
취업에 앞서 본인에게 맞는 브랜드가 무엇인지부터 찾아야 한다. 패션디자이너에게 어떤 회사에서 일하는지는 그다지 중요하지 않다. 그보다는 나에게 맞는 브랜드에서 일하는

나가 더 중요하다. 그렇기 때문에 학창 시절에 학교 수업도 중요하지만 자신의 디자인적 성향을 찾기 위해 좀 더 많이 노력하라고 말해주고 싶다. 백화점이든 로드 편집샵이든, 패션을 다양하게 접해보고 스스로 스타일링해보면서 내가 좋아하는 디자인, 그리고 잘할 수 있는 디자인을 찾아가야 한다. 좋아하는 브랜드가 있다면 그 브랜드가 시장 상황에 따라 어떻게 변화하는지 그 히스토리를 알아가는 것도 도움이 된다. 그런 노력을 하다 보면 일에 대한 열정도 자연스럽게 생기리라고 생각한다. 또한 20대에는 유럽 배낭여행을 꼭 해보라고 추천하고 싶다. 사실 취업하고 나면 긴 시간 여유롭게 여행하기가 무척 어렵기 때문이다. ①

11 **업무를 하는 데 반드시 필요한 조건과 역량이 있다면 무엇인가?**
 꼼꼼함과 스피드다. 제 시기에 옷이 매장에 나가서 팔리는 것이 중요하기 때문에 항상 급박한 일정에 쫓기는 편이다. 그러나 디테일하게 챙기지 않으면 옷의 완성도가 떨어지므로 아무리 급하더라도 모든 걸 꼼꼼하게 챙겨야 하는 것이 디자이너의 몫이다. 또한 이 분야에서 일을 잘 하는지 못하는지 판가름하는 것은 매출을 일으킬 수 있는 베이직한 상품을 잘 만들면서도 트렌디하고 새로운 스타일을 제시할 수 있느냐다. 그리고 이 두 가지 요건을 충족시키기 위한 모든 일의 전제에는 결국 스피드와 꼼꼼함이 필요하다.

패션디자인을 하면서 가장 보람을 느낄 때는 언제인가?

내가 디자인한 옷을 바로바로 매장에서 볼 수 있고 또한 소비자의 반응을 즉각적으로 살필 수 있다는 것이 이 일의 매력이다. 특히, 내가 만든 옷이 소위 말하는 대박(90% 이상 판매율)을 기록했을 때에는 디자이너로서의 보람은 물론 성취감도 상당히 크다. 가장 대표적인 성공 사례를 들자면, 남성 수트가 캐주얼 재킷으로 대체되면서



잡지의 완성은 디자이너의 몫이다

두산매거진 Vogue girl 디자인 박민주 차장

두산매거진 박민주 차장

2002년 처음 잡지계에 발을 들인 그녀는 올해 11년 차에 접어든 베테랑 디자이너다. 두산매거진 <Vogue girl>에서 5년째 편집디자이너로 근무 중이며, 약 60권의 <Vogue girl>을 만들었다.



잡지 편집디자이너를 꿈꾸는 학생이라면 두산매거진을 모를 리 없다. <Allure>, <Vogue>, <Vogue girl>, <GO>, <W> 등의 라이선스지를 발행하는 두산매거진은 잡지계의 ‘삼성’이라 불릴 정도로 입사를 희망하는 학생들이 많다. 두산매거진 <Vogue girl> 편집디자이너인 박민주 차장을 만나 잡지 편집디자이너로서의 생활과 입사 노하우를 들어봤다.

잡지 편집디자인의 길을 선택한 이유가 궁금하다

고등학교 때부터 잡지에 관심이 많았다. 화려한 화보와 레이아웃을 보는 게 재미있어 헌책방에서 국내외 잡지를 구입해 스크랩해두기도 했다. 그래서 대학 진학 시 처음엔 서양화과 입시를 준비했다가 최종적으로 시각디자인 학과를 지망했다. 하지만 진학 후에는 편집디자인보다 다른 곳에 눈을 많이 돌렸다. 일러스트레이터가 되고 싶어 그쪽으로 관심을 가졌었고, 졸업 후 선배의 권유로 편집 디자인을 시작하고 나서도 중간에 한눈을 팔고 단행본 작업을 하기도 했다. 하지만 결국 잡지로 돌아오게 됐다. 아직까지 일에 재미를 느끼고 작업물에 대한 욕심이 생기는 걸 보면 내가 이 직업과 잘 맞는다는 생각이 든다.

두산매거진 입사를 희망하는 학생들이 많다. 입사 비결이 있다면?

나는 다양한 라이선스지의 잡지 편집을 담당하는 외주 회사에서 실무 경험을 쌓았고, 디자인 회사에서 단행본 디자인을 하다가 이직한 케이스다. 경력직을 뽑았던 만큼 다양한 실무 경험이 많은 도움이 되었다. 사실 처음부터 대형 잡지사로의 입사는 어려운 게 사실이다. 대형 잡지사 가고 싶다면 나처럼 경력을 쌓아 이직하는 것도 하나의 방법이다.

면접 분위기는 어땠나?

두산매거진은 3차까지 면접을 진행한다. 나는 1차 면접 때 15분이나 지각하는 바람에 분위기가 아주 냉랭했다. 지원자가 워낙 많았던 데다 인사팀과 편집장님을 뵈는 자리에 늦어버렸으니 안 될 거라 생각했다. 그런데 그런 내가 합격자가 될 수 있었던 이유는 바로 포트폴리오였다. 잡지 편집뿐 아니라 단행본 디자인 등 다양한 경험을 강조해 포트폴리오를 만들었고 그것이 장점으로 작용했다.

합격된 포트폴리오 작성법이 궁금하다. 어떻게 작성했나?

나의 첫 포트폴리오는 편집 작업물이 적었다. 그래서 대학 시절 일러스트 동아리 활동을 하면서 만든 드로잉과 아트북, 단편영화 포스터 등 다양한 결과물을 넣었다. 결

과물을 출력해 파일에 끼워 넣는 건 보기도 불편하고 재미도 없는 것 같아 출력한 결과물을 제본해 책으로 만들었다. 그 후 이직할 때마다 포트폴리오에 넣을 만한 것들을 틈틈이 모아 준비했다. 두산매거진에 입사할 때에는 그동안 모아두었던 작업물들이 자연스럽게 포트폴리오가 되었고, 가장 자신 있는 결과물만 추려서 제출했다. 팀을 하나 주자면 포트폴리오는 되도록 심플하게 만들어야 세련돼 보인다.

두산매거진에 입사하기 위해 준비해야 할 스펙이 있다면?

편집디자인에게 가장 중요한 스펙은 '디자인의 기초'다. 기초가 단단해야 편집이나 타이포에 대한 감각도 키울 수 있다. 실제로 작업을 하다 보면 수업 시간에 배운 기초적인 것들이 필요한 순간이 많다. 인디자인 등 관련 프로그램을 다루는 능력도 필요하지만, 자격증을 굳이 딸 필요는 없다. 자격증으로 그 사람의 능력을 평가하진 않기 때문이다. 라이선스 매거진에서 일할 경우, 본지를 봐야 하고 간혹 본사 사람들과 만날 일도 생긴다. 그러니 영어 공부도 많이 해두는 게 좋다. 영어 공부를 꾸준히 해두면 해외 세미나를 듣는다가나 해외 디자인 소식이나 소스 등 자료를 수집하는 일도 훨씬 쉬워진다.

주요 업무를 간략하게 소개하자면?

매체마다 조금씩 다르지만 <Vogue girl>은 매달 기획안이 나오면 아트디렉터가 디자이너의 개성에 따라 칼럼을 배당한다. 담당 디자이너가 결정되면 에디터와 시안 상의를 통해 칼럼의 의도와 성격을 파악하고 그에 맞는 분위기나 레이아웃 방향을 정한다. 분위기가 레이아웃이 결정되면 디자이너가 그에 맞는 시안을 찾고 에디터는 시안에 맞는 사진 촬영을 진행한다. 에디터가 사진 촬영을 해오면 디자이너는 사진에 수정할 것이 없는지 확인하고, 에디터는 원고를 쓴다. 에디터가 디자이너에게 최종적으로 원고와 이미지를 전달하면 디자이너는 편집디자인을 시작한다.

일을 하면서 좋은 점이 있다면?

가장 좋은 점은 내가 이 일을 즐겨워한다는 것이다. 처음

편집디자인을 시작했을 땐 레이아웃이나 구성에 대한 감이 오지 않았다. 그런데 지금은 에디터가 촬영해온 사진을 보는 순간 디자인을 어떻게 잡아야 할지 머릿속에 그려진다. 머릿속에 있는 내용을 화면에서 구현해내는 바로 그 과정이 정말 재미있다.

반대로 가장 힘들 때는 언제인가?

마감 때 스트레스와 피로가 많이 쌓인다. 매체마다 다르지만 <Vogue girl>은 보통 7~8일 정도로 마감 기간을 잡는데, 그중 3~5일은 새벽에 퇴근하거나 철야를 하기도 한다. 마감일이 끝나면 밤낮이 바뀌기 때문에 평소의 컨디션으로 되돌리는 데 시간이 걸린다.

두산매거진만의 독특한 시스템이 있다면?

두산매거진은 1년에 한 번씩 순차적으로 한 명의 디자이너에게 '런던 디자인 페스티벌'에 갈 수 있는 기회를 준다. 페스티벌에 다녀온 디자이너는 그곳에서 보고 느낀 디자인과 아이디어 등을 정리해 프레젠테이션을 한다. 런던에 가면 단순히 페스티벌만 둘러보고 오는 게 아니다. 나는 재작년에 페스티벌에 다녀왔는데, 평소 즐겨 보던 영국 인디매거진의 아트디렉터를 만나고 싶었다. 그래서 사무실을 무작정 찾아가 그를 만났고, 그들이 일하는 방식과 생각을 들을 수 있었다.

편집디자인이 갖춰야 할 필수조건이 있다면?

편집디자인은 사소한 부분에도 아이디어를 적용하여 남다르게 표현할 줄 알아야 한다. 그러기 위해선 말은 칼럼에 대한 빠른 이해와 집중력이 필수다. 또 마감 기간 내에 작업을 끝내기 위해선 효율적으로 시간 분배를 하는 능력도 필요하다. 물론 경험이 쌓이고 많은 일을 할수록 자기 스타일대로 칼럼을 진행하는 노하우가 생긴다. 하지만 일을 오래 할수록 매너리즘에 빠지기 쉽다. 참신한 아

Must Have Item



'아디다스 목베개'

마감 때 없어서는 안 될 필수품! 하루 종일 컴퓨터 앞에서 고생하는 나의 목을 지켜주는 건 물론, 베개 양쪽의 스피커를 통해 뽕뽕한 음악도 들을 수 있다.

아이디어를 얻고 새로운 디자인을 하기 위해선 더 많은 자료를 보고 경험하는 등 끊임없는 노력이 필요하다.

학생 때 이것만은 꼭 하라고 권하고 싶은 것은?

가끔 후배들이 나에게 이런 말을 한다. "저는 책도 많이 보고 시안 서칭도 많이 하는데 디자인이 늘지 않아요." 당연한 얘기다. 아무리 책을 많이 보고 정보 수집을 많이 해도 눈으로 보고 직접 경험하는 것만 못하다. 편집디자인을 꿈꾸는 학생이라면 되도록 여행을 많이 다니라고 권하고 싶다. 여행을 하면서 다양한 디자인

인을 눈으로 보고 습득하면 디자인에 대한 감도 키울 수 있고 보는 눈도 넓어진다. 여건만 된다면 해외여행을 위주로 다니는 게 좋다. 국내에선 접할 수 없는 물건을 만날 수 있고, 뜻하지 않은 곳에서 아이디어를 얻을 수도 있다.

잡지 편집디자인을 꿈꾸는 후배들에게 조언을 해준다면?

잡지에 대한 환상을 가지고 매거진 디자이너를 꿈꾸는 이들이 많다. 이런 경우 회사에 다닐수록 일에 대한 실망감만 커지기 일쑤다. 그러니 불필요한 환상은 버리고 이 일에 도전했으면 한다. 가끔 후배들에게 편집디자인을 뽑는다는 소식을 전하면 두 가지 유형을 보게 된다. 회사를 보고 입사를 정하는 후배들이 있는 반면, 매체의 디자인 성향을 보는 후배들이 있다. 나는 후자가 되라고 권하고 싶다. 회사의 크기와 매체의 인지도는 중요하지 않다. 나의 디자인 색깔과 맞는 매체를 선택하는 게 먼저다. 자기가 잘할 수 있는 일을 꾸준히 하다 보면 큰 회사로 이직할 수 있는 기회는 반드시 찾아온다. 그러니 회사의 이름이나 규모보다는 내 능력을 잘 펼칠 수 있는지, 나와 디자인 성향이 맞는지를 먼저 살폈으면 한다. ①

사람과 제품(서비스)을 연결해주는 UX디자인

탱그램디자인연구소 UX디자인 김한민 · 조원균 책임



탱그램디자인연구소 조원균 책임

시각디자인을 전공했다. 졸업 후 편집디자인과 웹디자인 에이전시를 거쳐 지금의 탱그램디자인연구소에서 UX디자인을 담당하고 있다. 그간 삼성 캠퍼드 S10, 에버랜드 가이드 어플리케이션, 삼성 스마트 TV 등 다양한 프로젝트에 참여했다.

탱그램디자인연구소 김한민 책임

디자인 경력 6년 차로, 대학 시절 전공은 광고영상 디자인이었다. 주로 삼성전자 연구소와 근미래 선행 프로젝트를 담당했고, 이외에도 삼성 에스원 어플리케이션 통합 아이덴티티 가이드와 가정용 보안시스템 세콤 홈즈의 UX디자인 프로젝트에 참여했다.

제품에서부터 서비스까지, 다양한 분야에 UX디자인이 접목되면서 해당 분야로 취업을 희망하는 학생들이 늘고 있다.

이에 탱그램디자인연구소에서 근무하는 김한민, 조원균 책임을 만나 UX디자인의 개념과 실무자가 하는 일에 대해 상세히 들어봤다.

UX디자인에 대해 생소한 이들이 많다. 이를 쉽게 설명해 달라. 자인연구소는 어떤 곳인가?

조원균 UX디자인은 'User Experience'라는 의미 그대로, 사용자의 경험을 디자인하는 것이다. 이때 경험이란 하드웨어(제품)일 수도 있고, 소프트웨어(어플리케이션)일 수도 있으며, 때로는 서비스일 수도 있다. 즉 UX디자인이란 사람(사용자)들이 새로운 제품이나 어플리케이션, 서비스를 어떻게 사용하고 경험하게 할 것인지를 고민하고 서로 긴밀하게 연결해주는 역할을 디자인하는 것이다.

김한민 탱그램은 중국의 퍼즐 게임인 칠고놀이를 뜻하는 단어다. 각기 다른 일곱 개의 조각으로 다양한 모양을 만들 수 있는 지혜놀이처럼, 분해와 결합을 통해 다양한 디자인 활동을 하겠다는 탱그램디자인연구소의 의지를 담고 있다. 앞으로 탱그램디자인연구소는 계속 변화하고 진화할 것이라고 본다. 탱그램에는 VX(Visual eXperience), BX(Behavior eXperience), FX(Futuristic eXperience) 이렇게 세 가지 파트가 있는데, 이 세 팀이 하는 일이 다른 것 같지만 실은 모두 같은 곳을 보고 있다. 사용자 중심에서 사용자의 경험과 행동을 토대로 디자인을 하는 것이다. 사용자가 중심이 되는 디자인, 사용자를 위한 디자인, 사용자를 만족시키는 디자인, 배려하는 디자인을 하기 위해서 일하고 있다.

김한민 예를 들어 스마트폰이 있다고 치자. 이때 사람들이 자연스럽게 화면을 스크롤해 편리하게 볼 수 있도록 화면 디자인이나 인터랙션 등 사용자가 할 수 있는 경험을 고민하는 것이 바로 우리가 하는 일이다. 또 다른 예로 우산을 들 수 있다. 우산은 비를 가리는 목적으로 만들어진 물건이다. 하지만 비가 오지 않거나 실내에서는 우산을 다르게 사용한다. 때론 지팡이처럼 짚고 다니기도 하고, 장을 볼 때는 장바구니를 걸고 다니기도 한다. 이처럼 사용자의 패턴이나 행동을 분석해 그들에게 더 재미있는 경험을 주는 것도 바로 UX디자이너가 하는 일이다.

조원균 UX디자인은 복합적 사고를 요구하는 작업이다. 자신이 참여한 프로젝트에 대해 지속적으로 생각하고 더 좋은 결과물을 만들기 위해 작업을 계속 발전시키는 일을 한다. 때문에 일에 집중할 수 있는 근무 환경이 중요한데, 탱그램디자인연구소는 디자이너들이 집중할 수 있는 환경을 만들어주는 회사다. 일례로 올 2월 도심을 떠나 서울숲에 위치한 갤러리아 포레로 사옥을 옮겼는데, 집중력도 높아지고 숲을 거닐며 스트레스 해소도 가능하다. 이곳에서의 첫봄이 기다려진다.

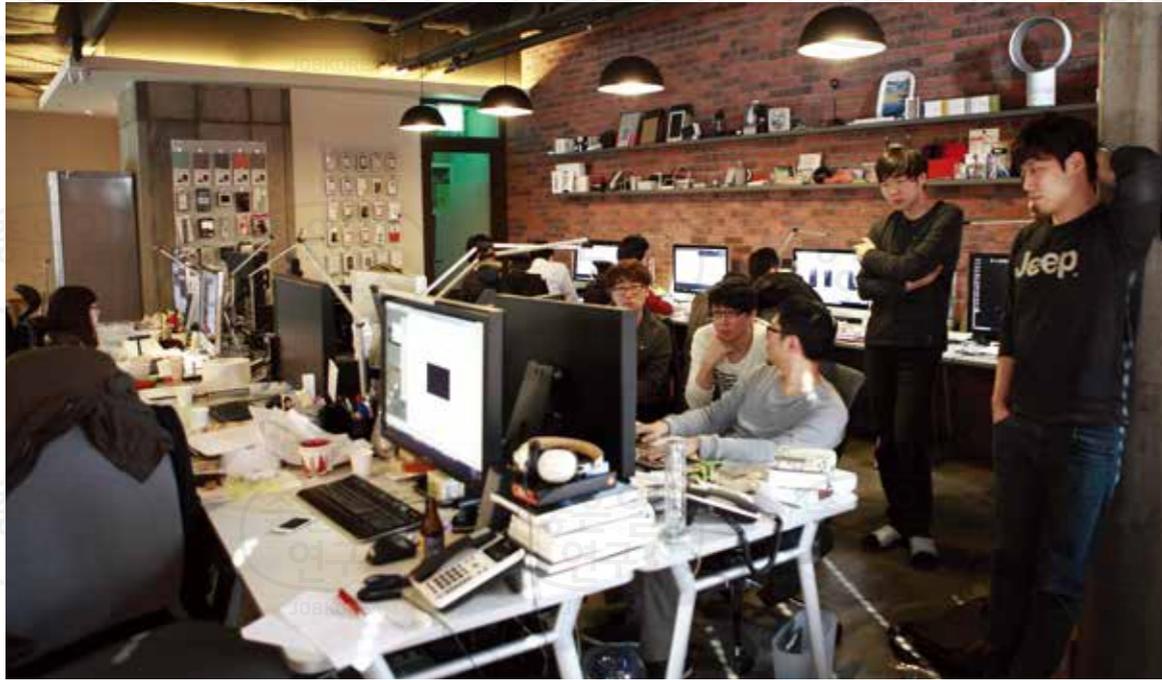
UX디자인이 제품과 서비스 곳곳에 적용되는 것 같다. 국내에서 UX디자인의 위치는 어느 정도인 것 같나?

조원균 스마트폰과 태블릿 PC 등 새로운 제품이 꾸준히 출시되면서 이들과의 인터랙션이 중요해지고 있다. 그리고 사람과 제품의 상호 관계는 점점 인간 중심의 인문학으로 통합되고 있다. 이러한 환경 속에서 사용자의 경험을 최적화하고 제품(서비스)의 특성을 차별화시키는 UX디자인의 중요성은 점점 커진다고 볼 수 있다.

UX디자인 분야로 취업하기 위해 특별히 준비한 것이 있나? 각자 본인의 경험을 토대로 설명해 달라.

김한민 UX디자인 관련 회사들이 많은 것으로 알고 있다. 탱그램

조원균 대학에 다닐 때 담당 교수님께서 디자인은 어느 한 부분에 치중해 공부하면 안 된다는 말씀을 자주 하셨다. 그래서 4학년이 되기 전까지 타이포그래피, 색채미술, 디



자이나 등 기본적인 이론을 중심으로 공부했던 것 같다. 졸업하고 나서 편집회사, 웹디자인 에이전시를 거쳐 지금의 탱그램에서 UX디자인을 하다 보니 교수님의 말씀을 이해할 수 있게 됐다. 대학교는 취업을 위한 학원이나 학문을 배우는 곳인 만큼, 디자인의 기본기를 탄탄히 하는 데 최선을 다하는 것이 가장 좋을 것 같다. 기본기가 잘 다져져 있으면 어떤 디자인을 하든지 잘해낼 수 있으리라 생각한다.

취업을 위해 꼭 갖춰야 할 특별한 스펙은 없는 것 같다. 디자인에 대한 지식과 이해는 기본으로 갖추고 있되 인문학이나 심리학 등 다양한 분야에 대한 관심과 함께 열정이 필요하다고 본다. 기업의 인턴십 또는 멤버십을 통해 단시간에 재미있는 과제 진행이나 사람들과의 커뮤니케이션을 경험해보는 것도 좋은 스펙이 될 수 있을 것 같다.

김한민 UX디자인은 다방면의 정보를 습득해야 하는 일이기 때문에 영어를 잘한다면 업무에 많은 도움이 된다. 해외 잡지나 사이트, 블로그 등 여러 자료를 보면서 아이디어를 얻을 수 있기 때문이다. 취업 시 가장 중요한 것은 열정이라고 생각하는데, 내 경우도 스펙보다는 그동안 작

업했던 결과물에 대한 애착과 내가 하고 있는 일에 대한 열정에 대해 중점적으로 보여줬던 것 같다. 사실 대학 시절에는 UX디자인을 몰랐다. 전공도 광고영상디자인이었다. UX디자인은 다방면의 경험과 지식을 통해 작업물을 만들어내는 일이기 때문에 대학 전공이 크게 영향을 주는 것 같지 않다. 이 분야의 관심과 열정 그리고 약간의 전문 지식만 있으면 얼마든지 이 일에 도전해볼 수 있다.

디자인 분야는 취업 시 포트폴리오가 중요하다. UX디자인 분야도 그러한가?

조원근 회사와 디자이너가 처음 만나는 지점이 포트폴리오다. 내가 어떤 것을 해왔고, 좋아하며, 잘할 수 있는지는 포트폴리오가 보여주는 것이다. 회사에선 그것을 보고 회사와 지원자가 나아갈 방향이 맞는지를 확인할 수 있고 그것을 토대로 채용을 결정하기 때문에 중요하다고 본다. 하지만 전부는 아닌 것 같다. 때로는 나의 생각이나 가치, 열정을 잘 어필하는 것이 더 유리할 때도 있다.

UX디자이너의 하루 일과는 어떻게 진행되나? 주로 무슨 일을 하는지 궁금하다.

조원근 탱그램에서는 주로 모바일, 태블릿, TV 플랫폼에 필요한 인터페이스 디자인을 한다. 콘셉트 기획을 통한 그래픽 작업과 함께 개발을 위한 가이드 작업도 진행하며, 영상 관련 프로젝트를 서포트하기도 한다(그래픽 작업). 출근하면 오늘 할 일에 대해 스케줄 표를 작성하는 것으로 업무를 시작한다. 그 후 같이 프로젝트를 진행하는 팀원들과 회의를 통해 아이디어를 구체화하는 쪽으로 방향을 잡아나가고, 클라이언트와의 커뮤니케이션을 통해 그래픽 작업으로 풀어간다. 작업을 하다 보면 고민으로 시작해 고민으로 끝나는 경우가 많다. 좀 더 나은 결과를 도출해내려다 보니 고민과 생각이 많을 수밖에 없다. 특히 UX디자이너는 기획자와 개발자, 마케터 등 다양한 직군의 담당자와도 긴밀하게 협업해야 한다. 때문에 전문적인 깊이까지는 아니더라도 그들과 커뮤니케이션하기 위한 기본적인 지식을 알아두면 도움이 된다.

김한민 기술, 기능 위주의 복잡한 UI를 사용자 경험을 바탕으로 분석하고 재배열하여 시각적으로 디자인하는 일을 한다. UX디자인은 트렌드를 리드하고 향후 적용이 될 선행 프로젝트를 많이 하기 때문에 항상 최신 트렌드에 관심을 가지고 있어야 한다.

UX디자이너로서 일하며 느끼는 보람 혹은 힘든 점은 무엇인가?

김한민 앞으로의 미래 기술과 IT 트렌드를 남들보다 빨리 예측하고 고민해볼 수 있다는 것이 장점인 것 같다. 항상 새로운 것에 민감할 수밖에 없기 때문에 이쪽 분야의 사람들 중에는 얼리어답터가 많다. 남들보다 한발 앞서 최신의 정보와 자료를 접할 수 있다는 점이 흥미롭다.

조원근 작업의 프로세스는 유사하지만 항상 다른 프로젝트를 경험할 수

있다는 점, 그리고 출시되지 않은 제품이나 서비스를 미리 체험해보고 고민할 수 있다는 것이 이 직무의 장점이다. 같은 이유로 항상 새로운 것을 생각하고 고민해야 한다는 점은 때로 부담으로 느껴지기도 한다. 세상의 흐름도 읽어야 하고 그래픽과 관련한 트렌드나 사진, 영상, 제품 등 많은 것을 지속적으로 관찰하며 축을 세우고 있어야 하기 때문이다.

UX디자이너를 꿈꾸는 후배들을 위해 조언을 부탁한다.

조원근 선배들이 종종 '디자이너가 되어야지 작업자가 되어서는 안 된다'는 이야기를 하곤 한다. 이 말은 단순히 틀만 잘 다루어 보기 좋은 그림을 그리는 것이 디자인의 전부 아니라는 얘기일 것이다. 프로젝트의 목표를 정확하게 이해하고, 전체의 흐름 속에서 팀원들과의 커뮤니케이션을 통해 올바른 프로세스를 만들며, 그것을 시각화하여 풀어낼 수 있는 문제 해결 능력을 갖추는 것이야말로 참된 디자이너의 모습이 아닐까 생각한다. 그러니 대학 때 기본 지식을 익히는 것도 중요하고 더불어 다양한 분야에 관심을 가지고 분석하는 습관을 기르는 것도 필요하다.

김한민 눈에 보이는 디자인 결과물도 중요하지만, 진행 과정을 중요하게 생각하고 즐길 줄 아는 자세를 가지면 더욱 좋을 것 같다. 많은 고민과 분석을 할수록 디자인의 완성도는 높아지기 때문이다. 그리고 실무 경험을 하기 전까지 디자인의 기본기를 탄탄히 하길 바란다. 새로운 기술보다 중요한 건 개념상의 깊이이고, 또한 창의성은 탄탄한 기본기에서 나올 수 있기 때문이다. 마지막으로, 디자이너로서 자신감과 신념을 가지고 일하는 것 역시 매우 중요한 자질 중 하나인 것 같다. ①

Must Have Item



'나만의 즐겨찾기 목록'

UX디자이너는 문화와 트렌드, 그리고 사람을 읽을 줄 알아야 한다. 그렇기 때문에 항상 안테나를 바짝 올려 축을 세우고 있어야 한다. 웹사이트, 블로그, SNS, 책, 전시 등 언제든지 필요한 정보를 얻을 수 있는 '나만의 즐겨찾기 목록'이 필요하다. 나만 알고 있는 정보라면 더 짜릿하다!

영상을 더욱 빛나게 만드는 서울비전.

17년째 업계 1위 자리를 굳건히 지키고 있는 기업으로

영상학도들에게 '꿈의 회사'로 통한다.

현재 서울비전 2D팀에서 활약하고 있는 윤주석 대리를 만나

영상디자이너로 일하면서 겪는 보람과

직무 관련 에피소드 등에 대해 들어봤다.

서울비전 윤주석 대리

2010년 서울비전에 입사해 올해 4년 차에 접어든 윤주석 대리. 현재 서울비전 2D팀에서 근무 중이며 마몽드와 피자헛 등 감각적인 TV CF 영상을 제작했다.



열정으로 도전하라

서울비전 영상디자이너 윤주석 대리

영상디자이너가 꿈이었나?

사실 방송 편집을 하고 싶었다. 그래서 학창 시절 Mnet에서 아르바이트를 했고, 졸업 후에는 KBS 프로그램 <추적 60분>에 있었다. 그런데 방송은 형식적인 틀에 맞는 편집을 요구해서 나와 맞지 않았다. 재미있고 개성 있는 영상을 만들고 싶어 서울비전에 지원하게 되었고, 일을 하면 할수록 나와 잘 맞는다는 생각이 든다.

경쟁률이 무척 치열했을 것 같다. 입사 비결이 무엇인가?

영상디자이너를 전공했는데, 재학 시절 과제나 시험이 영상 제작으로 대체되는 경우가 잦았다. 워낙 영상을 자주 접하고 제작하다 보니 '영상과 논다'는 생각이 강해졌고, 수상 여부를 떠나 각종 영화제와 공모전에 작품을 제출했다. 그 경험이 취업에 가장 많은 도움이 되었다. 공모전은 학생 신분으로 자신의 재능을 보여줄 수 있는 가장 좋은 수단인 것 같다.

면접 분위기는 어땠나? 면접관의 마음을 사로잡은 노하우를 알려 달라.

서울비전에 입사하기 전 방송국, 제작사, 기업체 등 다양한 곳에서 면접을 봤다. 회사마다 분위기는 천차만별이었다. 편안한 분위기에서 면접을 진행하는 곳이 있는 반면, 전형적이고 딱딱한 면접을 보는 곳도 있었다. 서울비전은 전자에 해당한다. 면접이 아늑한 분위기에서 진행된 덕분에 긴장하지 않을 수 있었다. 너무 편안한 마음으로 임해서인지 면접관에게 '돌+!'라는 소리를 들었을 정도였다. 함께 면접을 보았던 남자 분은 나와 달리 유창한 말솜씨를 가지고 있었는데, 결과적으로 '돌+!'라 평가받은 내가 합격했다. 긴장하지 않고 나의 개성을 드러냈던 것이 플러스 요인으로 작용한 것 같다.

일부 학생들 사이에서 '서울비전은 외모를 보고 채용한다'는 소문이 돌고 있다. 외모가 많이 중요한가?

나도 서울비전이 '외모로 사람을 뽑는다'는 소문을 들었다. 그런데 단순히 루머일 뿐이다. 물론 광고주, 기획사 등 다양한 클라이언트를 만나야 하기 때문에 소위 '호감형 외모'를 선호하는 경향은 있다. 여기서 호감형 외모란 연예인 못지않은 화려한 외모를 말하는 게 아니다. 덩수룩한 수염과 지저분한 머리가 아닌 단정하고 깔끔한 외모를 뜻한다. 회사의 안내를 맡거나 스케줄 관리를 하는 스케줄러의 경우, 손님이 회사에서 처음 마주하는 얼굴이기 때문에 외모가 플러스로 작용할 수 있다. 하지만 그 외 업무에선 외모가 그다지 중요하지 않다. 나를 보면 알 수 있지 않나?

포트폴리오는 어떻게 작성했나?

디자인 직군에서 포트폴리오는 무척 중요하다. 포트폴리오는 그 사람이 실무에 어느 정도 기여할 수 있는지를 판단하는 좋은 잣대이기 때문이다. 사실 나는 포트폴리오를 따로 준비하진 않았다. 영화제나 공모전 등에 꾸준히 참여해 작품을 만들었고, 그 작품들이 자연스럽게 나의 포트폴리오가 되었다. 포트폴리오는 너무 많은 영상을 담으려고 하기보다 가장 자신 있는 작품 위주로 만드는 게 좋은 것 같다.

구체적으로 어떤 업무를 하는가?

서울비전은 영상의 후반 작업을 맡는 '포스트 프로덕션'이다. 제작사에서 영상을 촬영해 우리에게 넘기면 텔레시네(Telecine)팀에서 영상 색을 보정하거나 덧입히는 색조정(Color correction)을 한다. 그리고 편집팀에서 OK CUT을 추려내 하나의 편집본을 만들고, 2D팀과 3D팀에서 모션그래픽 및 합성 작업을 거쳐 영상을 만들어낸다. 마지막으로 사운드팀에서 CM에 들어갈 음악을 만들어 완성된 영상을 송출하게 된다. 내가 소속되어 있는 2D팀에서는 '모션그래픽', '타이포그래픽' 등의 작업을 통해 영상을 좀 더 입체적이고 감각적으로 만드는 역할을 한다. 쉽게 말해, 영상에 들어가는 자막이나 효과 등을 담당한다고 보면 된다. 서울비전은 팀 프로젝트 위주로 스케줄이 진행된다. 때문에 그날의 스케줄은 맡은 프로젝트에 따라 그때그때 달라진다. 2D팀의 경우 하루 종일 회의만 할 때도 있고 제작에만 몰두하는 날도 있다.

서울비전에 입사하기 위해 갖춰야 할 스펙이 있다면?

서울비전은 흔히 '스펙'이라 말하는 토익이나 기타 어학 성적 등을 높게 평가하지 않는다. 뻔한 대답으로 들리겠지만, 스펙을 떠나 '영상에 대한 자신감과 열정' 그리고 '철야를 이겨낼 수 있는 체력'이 가장 중요하다. 그 다음으로 중요한 게 편집 프로그램을 얼마나 잘 다룰 수 있는냐다. 특히 'After effect' 등 실제 업무에 사용되는 프로그램을 배워두는 것이 좋다. 따로 학원에 다니는 것도 좋지만, 인터넷에 올라와 있는 가이드 영상을 보고 독학하는 방법도 추천하고 싶다. 팁을 하나 더 주자면 서울비전은 인사성을 상당히 중요하게 생각한다. 어디서든 밝은 목소리로 인사하는 사람은 사랑받게 마련이다.

야근과 철야가 많다고 들었다. 개인 시간이 적고 체력적으로도 힘든데, 이 일이 좋은 이유가 뭔가?

일의 특성상 야근과 철야가 많은 것은 사실이다. 하지만 내가 가장 잘할 수 있고 또 좋아하는 일을 직업으로 삼는

How to Work

궁금한 업계 이야기

다는 것은 행운이라 생각한다. 만든 결과물을 직접 확인할 수 있는 것도 무척 매력적이다. 특히 내가 만든 영상이 TV나 다른 매체에서 나올 때면 희열을 느낀다. 한편 야근과 철야가 많은 대신 휴가도 많다. 월차를 제외하고 1년에 30일 정도 휴가가 따로 나온다. 그래서 바쁘지 않은 시기에는 2주 동안 휴가를 내고 여행을 다녀오기도 한다.



Must Have Item
건강 보조 식품
찾은 야근과 철야에 맞서 싸울 수 있는 원동력! 홍삼, 종합 영양제, 블루베리 등 몸에 좋은 건 반드시 챙겨 먹는다.

다. 레이아웃을 보기 위해 매거진이 나 포스터 등 지면들도 꼼꼼히 살펴는 편이다.

영상디자이너가 꼭 갖춰야 할 역량이 있다면?

우리는 영상을 '그림'이라 표현한다. 우리가 만드는 영상은 예술을 기반으로 한다. 따라서 좋은 그림이 나올 때까지 참고 기다릴 줄 아는 인내력과 집중력이 필수다. 주어진 시간에 높은 퀄리티의 영상을 뽑아내야 하기 때문에, 영상에 대한 '센스'도 갖춰야 한다. 이 일을 잘한다고 판단하

이 일을 시작하고 가장 뿌듯했던 순간은 언제였나?

2018 평창동계올림픽 유치를 위한 PT 영상을 맡은 적이 있다. 동계올림픽 개최지가 결정되는 자리에 올리는 중요한 영상이었다. 대형 프로젝트인 만큼 2D에서만 세 개의 팀이 참여해 며칠간 밤을 꼬박 새 PT 영상을 만들었다. 우리가 대한민국을 대표하는 영상을 제작한다는 사실 자체만으로도 굉장히 자랑스러웠지만, 자크 로게 IOC 위원장이 2018년 동계올림픽 개최지로 '평창'을 외치는 순간 나도 모르게 눈물이 났다. 피땀 흘려 만든 영상이 빛을 발하는 순간이었다. 그때 그 기분은 아직도 잊을 수가 없다.

는 기준은 확실하게 정하기 힘들다. 다만 분명한 건 '일에 대한 열정'이 있어야 한다는 것이다. 야근과 철야가 반복되며 한 치 앞도 예측할 수 없기 때문에, 일에 대한 열정이 없는 이는 그만큼 결과물도 좋지 않다. 처음에는 마냥 좋아서 시작했던 것이 '일'이 되는 순간, 그때부터 점점 지치게 마련이다. 단지 돈을 버는 수단으로 이 일을 시작한다면 업무의 무게를 이겨내기 힘들 것이다. 때문에 일에서 재미를 찾고 즐길 줄 아는 능력도 갖추어야 한다.

영상에 대한 영감이나 아이디어는 어떻게 얻나?

주로 작가들이 개인적으로 만든 영상이나 해외 CF 등 레퍼런스(Reference) 영상을 보는 편이지만, 디자인 영상이나 영화, 자연물 등 가리지 않고 많이 접하려고 노력한다. 다양한 장르의 영상을 자주 접하면 그만큼 많은 아이디어를 얻을 수 있다. 모방은 창조의 어머니라는 말이 있지 않나. 이미 나와 있는 디자인에 조금만 변화를 주어도 아예 다른 영상이 태어난다. 영상을 많이 보면 영상을 보는 눈을 높일 수 있다. 눈이 높아지면 내가 만든 영상에 끊임없이 목마름을 느끼고, 객관적인 시선으로 내 작품을 바라볼 수 있게 된다. 실제로 2~3년 전에 만든 영상을 다시 보면 지금 나의 눈이 많이 높아졌다는 것을 느낄 수 있

영상디자이너를 꿈꾸는 후배들을 위해 조언을 해준다면?

영상디자이너는 새롭고 창의적인 것을 끊임없이 만들고 생각해야 한다. 좋은 영상을 만들기 위해서는 많은 것을 보고 느끼는 게 가장 중요하다. 그러니 학창 시절에 많은 것을 보고, 누구보다 신나게 놀고, 다양한 것을 경험하라고 권하고 싶다. 가만히 집에 있더라도 무언가를 생각하고 살아 있음을 느꼈으면 한다. 스펙과 이론, 기술 등은 배우고 노력하면 얻을 수 있지만 경험은 직접 부딪히지 않고는 얻기 힘들다. 경험은 자신의 가장 큰 스펙이라는 것을 잊지 않기를 바란다. ①

- 종교발달 여대생들의 미국 의료서비스 디자인 탐방기 · 24
- 해외 인턴십 경험자가 말한다 '미국에서는~~' · 30
- 디자이너들이 밝히는 직무 이야기 · 32
- 디자인 직무 뒷담화 엿보기 · 38



똥꼬발랄 여대생들의 미국 의료서비스 디자인 탐방기

디자인은 우리 삶을 더욱 풍요롭게 만든다. 실용성을 높여주기도 하고, 심미성으로 눈과 마음에 즐거움을 불어넣기도 한다. 그래서 우리 생활 곳곳에는 디자인이 녹아 있다. 그렇다면 다소 딱딱하게 느껴지는 의료 분야는 어떠할까? 이를 알아보기 위해 잡코리아 좋은일 연구소가 글로벌 디자인 탐방팀을 꾸렸다. 글로벌 디자인 탐방팀 이름은 Design+로, 홍익대학교 산업디자인학과 3학년 최화윤, 신동해 학생으로 구성됐다. 이들은 잡코리아 좋은일 연구소의 지원을 받아 1월 10일부터 2월 19일까지 약 30여 일간 미국 의료서비스 디자인 탐방을 다녀올 수 있었다.



신동해 22세, 홍익대학교 산업디자인학과 3학년 '디자이너 어디까지 가봤니?'



최화윤 24세, 홍익대학교 산업디자인학과 3학년 '미국, 얼마나 잘났나 보자!'

진정한 힐링(Healing) 공간으로서의 변화가 필요한 우리의 병원

작우명
Be Professional!

흔히 떠올리는 '의료서비스'는 고객의 입장에서 환자가 받는 무형의 경험재일 것이다. 그러나 우리나라는 의료수가(건강보험공단과 환자가 의사나 약사 등의 의료서비스 제공자에게 제공하는 돈)가 선진국에 비해 매우 저렴한 데다 환자 1인당 의료진 수는 OECD 평균에 훨씬 못 미친다. 이러한 이유로 환자들은 제값을 지불하면서도 제대로 대우를 받지 못하고, 의료진 역시 열악한 환경과 촉박한 시간 속에서 양질의 서비스를 제공하지 못했던 게 사실이다. 하지만 우리나라 의료 현황은 세계 1위인 미국의 72% 수준에 달하며 MRI 보유 6위, CT 보유 3위 등 시설적인 면에서 상위권에 속한다. 문제는 환자와 의료진 모두 병원 안에서 진정한 행복을 누리지 못하는 데 있다.

작우명
Start small. Think big. Move fast.

실제로 한국을 방문한 외국인의 75%는 "한국의 의료 수준이 높다"고 말하면서도 "진심으로 환자를 위한다는 느낌을 받기는 어렵다"고 답했다. 이는 한국의 병원 이 'Treatment(치료)'에 있어서는 우수하지만 'Healing(휴식)'에 있어서는 부족함이 많다는 사실을 뒷받침한다. 이러한 상황에서 '의료'와 '디자인'은 전혀 어울리지 않는 단어의 조합으로 인식되기 쉽다. 그동안 국내에서 병원 내 디자인의 역할은 멋진 인테리어와 의료기기를 디자인하는 정도로 한정돼 왔으며, 누구도 그 이상을 기대하지 않았다. 하지만 최근 국내에서도 서비스디자인 분

야에 대한 관심이 대두되면서 의료계 역시 의료기술 발전과 설비 개발, 그리고 그 이상의 혁신을 서비스디자인에서 찾고 있다. 2011년 이후 국내에서도 서비스디자인과 관련된 컨퍼런스가 꾸준히 개최되고 있으며, 2012년에 열린 아시아 최대 규모의 병원경영 국제학술대회 '2012 Korea Healthcare Congress(KHC)'는 <새로운 디자인 개념으로 병원을 개혁하라>라는 주제로 진행됐다. 또한 삼성아산병원, 분당 서울대병원 등 국내 의료계를 선도하는 대형 병원에서는 디자인 회사들과 함께 의료서비스 디자인 프로젝트를 시행하기도 했다. 이제 한국 의료계에도 의료서비스 디자인의 중요성이 부각될 것은 분명하며, 이는 디자이너의 활동 영역이 확대될 것을 의미한다. 그러니 우리 예비 디자이너들이 눈여겨볼 만한 분야임이 틀림없을 것이다.

미국 의료서비스 디자인

미국에서는 이미 10년 전에 의료서비스 디자인이 일반화되기 시작했다. 그 대표적인 사례로 1999년 '카이저 퍼머넌트(Kaiser Permanente)'라는 병원 조합과 디자인 회사 아이데오(IDEO)가 함께했던 작업을 들 수 있다.

환자 여정 맵(Patient Journey Map)

환자들은 자신의 진료 순서가 어떻게 진행되는지, 진료를 받기 위해 얼마나 대기해야 하는지 모른 채 하염없이 기다려야만 했다. 또한 환자들은 궁금증과 불안감으로 인해 간호사들에게 계속 질문했고, 간호사들은 답변하느라 시간과 에너지를 소모해야만 했다. 이를 해결하고자 '환자용 맵'을 만들어 벽에 걸여두었는데, 이를 통해 환자들이 전체적인 진료 과정을 인지할 수 있었다. 덕분에 질문 수가 줄었고, 이로써 간호사들은 업무 효율성을 높일 수 있었다.



간호사 중요 업무 조끼

채혈이나 투약과 같은 중요한 업무나 헛갈릴 여지가 많은 업무를 해야 할 때 간호사들에게 벨트 혹은 완장을 차도록 했다. 완장을 통해 환자들에게 "나는 지금 중요한 일을 하고 있으니 방해하지 마시오"라는 메시지를 전달할 수 있었고, 주변 사람들의 방해가 줄어 의료사고를 대폭 감소시킬 수 있었다.



의료서비스 디자인이란?

자세한 관찰과 직접 경험을 통해 의료서비스의 문제점을 도출하는 디자인적 사고(design thinking)로 더욱 창의적인 서비스를 제안하고 시각화하는 분야다. 의료서비스 디자인은 여러 분야의 전문가와 직접적 이해관계자(의료진, 고객(환자))가 모두 참여하며 동선, 제품, 공간, 서비스 등과 관련해 전체적으로 접근하고 문제점의 시각적 해결책을 제안한다.

해외 탐방 Tip

- 해당 홈페이지 살펴보기**
해당 홈페이지에 투어 프로그램 등 체험할 수 있는 다양한 프로그램이 소개되어 있으며 온라인 예약도 가능하니 적극 이용하자. 최소 일주일 전에는 연락해서 스케줄을 잡는 것이 좋다. 연락이 오지 않는다고 해서 너무 심심할 필요는 없다. 예약을 하지 않아도 생글생글 웃는 얼굴이 통하는 경우도 많다.
- 출국 전 비자는 ETS로!**
미국은 90일 이내로 머물 경우 온라인을 통해 14달러만 지불하면 OK!
- 호스텔 등 숙소 예약하기**
미국은 호스텔을 비롯한 숙소 예약 사이트들이 잘 갖추어져 있는 편이다. 숙소는 인터넷을 통해 예약하는 게 좋다. 호스텔월드(www.hostelworld.com), 호스텔스(www.hostels.com), 호스텔부커스(www.hostelbookers.com) 등에서 예약 가능하다. 단 인터넷 예약 후 취소 의사를 알리지 않으면 예약금을 지불했던 카드로 방값이 저절로 지불된다. 스케줄이 변경되면 반드시 예약을 취소할 것!
- 신용카드, 체크카드 챙기기**
숙소를 잡거나 티켓 구매 시 인터넷이 저렴한 경우가 많은데, 대부분 카드로만 결제가 가능하다. 현금으로만 계산하는 것보다 일정 금액은 카드로 지불하는 게 탐방에 도움이 된다.
- 미국용 USIM 구입**
초행길이다 보니 길거리에 지도 어플을 쓸 수 있는지 없는지 여부가 여행 전반의 편의성을 좌우할 수 있다. 탐방 기간을 잘 따져보고 도착하자마자 모바일 USIM부터 구입할 것. 우리는 T-mobile 통화, 문자, 데이터 무제한 SIM칩(30일, 7만 원)을 구입해서 아주 유용하게 사용했다. 단, 탐방을 가기 전에 국내에서 해외 USIM을 장착할 수 있는 상태로 변환해야 한다. 모바일 기종별로 별도의 과정이 필요한 경우도 있으니 출국 전 통신사를 방문하여 체크해주는 것이 좋다.

국내 의료서비스 디자인 사례

- 삼성서울병원 건강의학센터 서비스디자인 프로젝트**
"New era for healthcare / CMC Center for health promotion service innovation project"
미래의 건강검진 서비스가 새로운 Healthcare 3.0 시대에 맞춰 어떤 방향으로 진화해야 하는지에 대한 전략과 비전을 제시함.
- 지역 거점 병원 서비스 개선 프로젝트**
(지식경제부 산하 프로젝트 한국 디자인 진흥원)
"The best 5 minutes / Orthopedics outpatient examination room service design project"
저소득층의 의료서비스를 위해 만든 지역 거점 병원을 위한 프로젝트. 지역 거점 병원은 적자로 시설이 낙후하고 서비스 질이 떨어지는데 이를 해결하고 보다 나은 의료서비스를 제공하기 위한 방법을 연구함.
- 국민건강보험공단 건강검진 신뢰도 제고 프로젝트**
"Cure to Care / National health screening result sheet"
국민건강보험공단의 건강검진 신뢰도를 높이기 위한 서비스디자인 프로젝트. 그간 국민건강보험공단에서 실시한 검진이 무료였고 가벼운 검사 위주로 진행되어 중요성과 신뢰도가 낮았다. 이를 해결하기 위해 디자인을 이용, 건강검진에 대한 신뢰도를 높이고 적극적인 검진 참여를 유도하며 장기적으로는 사회의 발전을 도모함.
출처: 사이픽스(cyphics.com)



메이오 클리닉은 로체스터라는 작은 소도시에 위치해 있는데, 도시 전체에 메이오 클리닉 건물들이 곳곳에 있어서 놀랐다. 치료를 담당하는 '클리닉(clinic)'부터 병동들이 있는 '호스피탈(hospital)' 그리고 각종 연구동까지, 도시의 어딜 가도 마치 메이오 클리닉 속에 와 있는 느낌이었다. 로체스터는 새로 지은 현대적 건물들과 잘 보존된 고풍스러운 건물들이 어우러진 곳이다. 메이오 클리닉 역시 자신들의 역사와 자취를 보존하고 나아가 그것을 브랜딩 요소로 사용하고 있는 모습이 인상적이었다. 건물을 새로 짓더라도 내부에 과거의 장식이나 기동 몇 가지를 보존하기도 하고, 메이오 클리닉의 역사와 철학을 담은 투어 프로그램도 운영하고 있었다.

덕분에 병원 분위기가 모던하면서 고풍스러웠다. 그래서일까 병원 특유의 차갑고 전문적인 이미지에 비해 비교적 따뜻한 느낌을 받을 수 있었다. 또 곳곳에 미술 작품이 배치되어 있어 이색적인 분위기도 풍겼다. 메이오 클리닉이 내부 장식에 이토록 엄청난 돈을 투자한 이유는 "병원 로비를 들어서는 순간부터 진료가 시작된다"는 '환자 중심'의 철학에 따라 환자가 최대한 안락한 느낌을 받을 수 있도록 한 '특별 배려'라고 한다. 이처럼 유별난 환자 중심 철학을 증명하듯 내부 직원들은 늘 웃는 모습으로 사람들을 친절하게 대해줬다. 그렇다면 따뜻하고 친절함이 묻어나는 메이오 클리닉의 서비스디자인에는 어떤 것들이 있을까?

메이오 클리닉 속 서비스디자인 사례

1 파란색으로 통일된 information

메이오 클리닉의 내부 사인은 모두 파란색으로 통일돼 있다. 사인시스템뿐 아니라 안내 담당 직원들이 입고 있는 재킷이나 조끼도 모두 파란색이다. 안내 담당 직원 외에는 사복에 직원카드만 달고 있다. 병원 내부에 연구자를 비롯한 아주 많은 직원들이 있기 때문에 그들을 제외한 파란 옷을 입고 있는 직원에게 물어보라는 의미를 담고 있다. 그러니 환자들은 길을 잃거나 궁금한 점이 있다면 파란색만 찾으면 되는 것. 안내와 관련 없는 직원들은 그와 관련

한 질문으로 시간과 에너지를 빼앗기지 않아도 되니 상당히 효율적이라 할 만하다.

2 대기자를 위한 방송안내 서비스

병원 입구에서는 방송안내 서비스를 제공한다. 입구에 마련된 데스크에 자신이 어떤 버스를 타는지 말하고 기다리다가 방송으로 자신의 이름이 불리면 그때 나가면 된다. 방송안내 서비스를 통해 환자들이 추운 바깥에서 기다리는 대신 병원 로비에서 따뜻하고 편안하게 기다릴 수 있는 환경을 제공한다.

3 간호사용 lift

각기 다른 층에 위치한 간호사들이 약물, 서류, 작은 의료기구 등을 서로 주고받을 때 직접 가져다주고 받아 오는 데 있어 생기는 인적 자원 낭비를 개선한 서비스. 약물이나 작은 의료기구 등을 전달할 수 있는 리프트를 통해 층이 다른 간호사들 간 물건 전달을 용이하게 하여 직무 프로세스를 간편하게 하고 능률 향상에 기여하도록 했다. 이처럼 서비스를 받는 사람뿐만 아니라 서비스 제공자가 서비스를 더 쉽게 할 수 있도록 유도하는 것 역시 서비스디자인의 중요한 개념이라 할 수 있다.



4 개인별 진료 스케줄 종이

여러 단계의 진료 과정을 밟아야 하는 외래 환자가 날짜별로 진찰 및 진료실의 위치, 소요시간 등 전 과정에 대한 안내를 한 번에 받을 수 있도록 한 진료 과정 정보지. 접수 시 프린트에서 해당 정보가 담긴 종이를 모든 환자에게 제공한다.

5 병원 내 모든 공간에 부여된 code

병원 내 모든 방에 고유 번호가 적힌 표시판(signage)을 붙여놓음으로써 환자에게 발생할 수 있는 응급 상황에 대비하고 의료진 간 효율적인 의사소통이 가능하도록 한다.

6 환자 교육 프로그램

메이오 클리닉 곳곳에는 환자와 보호자들이 자신의 병에 대해 쉽게 알 수 있도록 배려한 서비스들이 많다. 'Cancer Center', 'Research Information Center' 등에는 각종 서적과 교육 프로그램, 영상 자료들을 환자와 보호자에게 병에 대한 이해를 돕고 병원의 신뢰도를 높인다.

7 병원을 갤러리처럼

병원 곳곳에 미술품을 배치함으로써 환자들의 심리적 안정을 돕고 병원에 대한 만족도를 향상시키는 서비스. 미술 투어 프로그램과 오디오 가이드도 제공한다. 많은 이들에게 이미 익숙한 모습일 테지만, 미술관이 아닌 병원에 이런 서비스를 적용한 것이 환자들에게는 충분히 새로운 서비스로 다가갈 수 있다는 점에서 인상적이었다.

메이오 클리닉 혁신센터, CFI Center of Innovation

메이오 클리닉 혁신 경영의 핵심이 되는 곳이다. 디자이너들이 중심이 되어 다양한 서비스 디자인 프로젝트를 진행하는 메이오 클리닉의 정식 디자인 부서다. 현재 60명 정도의 직원이 근무하고 있으며 이중 전문 디자이너는 10명이다. 병원 소속의 디자이너가 10명이나 있다는 것 자체가 흥미롭게 다가왔는데, 더 재미있는 점은 이 혁신센터가 항상 생생하게 운영된다는 것이다. 원래는 연구 병동 건물에 있던 혁신센터를 얼마 전 중심 클리닉 건물인 '곤다 빌딩'으로 옮겨왔는데, 그 이유는 의료진과의 실시간 커뮤니케이션을 위해서라고 한다.



서비스를 제공하는 과정에서 의료진이 어떤 문제점이나 불편함을 느끼면 바로 혁신센터에 와서 불만을 토로할 수 있다. 그리고 그 의견이 프로젝트로 발전되기도 할 만큼 혁신센터는 실시간으로 운영되고 있다.

사실 처음에 메이오 클리닉이 '혁신 경영'을 내세우며 디자이너들을 고용하고자 했을 때는 내부에서도 '정신 나간 시도'라는 비판을 받았다. 하지만 숏한 변모를 겪으면서 현재 메이오 클리닉에서는 '디자인적 사고'가 경영의 핵심이며, 혁신센터를 필두로 한 여러 성공을 통해 지금은 의료계 벤치마킹 1순위로 손꼽히고 있다.

혁신센터의 수장 라루소 박사는 "디자인 컨설팅 업체인 IDEO와 함께 진료실 혁신 프로젝트를 진행하면서 의료서비스 혁신을 위한 가장 중요한 요소는 디자인이라는 사실을 깨달았다"며 "디자인적 사고"는 문제를 파악하고 해결하는 유용한 접근법"이라고 말했다. 같은 맥락에서 혁신센터는 '병원의 모든 일을 환자 중심으로 생각한 뒤 문제를 찾아내고, 모든 것을 환자 중심으로 새롭게 디자인한다'는 것을 핵심 개념으로 내걸었다. 수십 년 동안 관행적으로 사용되던 기구나 절차를 소비자 시각으로 접근해 개선점을 찾아내 진료 디자인을 바꾸자는 것이다.

CFI는 전반적으로 자유로운 분위기였다. 창가에는 포스트잇이 빼곡히 붙어 있고, 우리가 방문했을 때에도 한쪽에서는 회의가 한창이었다. 내부의 인테리어는 창의적인 아이디어를 떠올리기 위해 천장을 뚫고 따뜻한 분위기를 조성할 수 있도록 카펫이 깔려 있었다. 인상 깊었던 점은 천장에 공기 파



생생 인터뷰
Innovation Coordinator,
레이첼(Rachael)

메이오 클리닉 혁신센터에서는 어떤 인재를 선호하나요?

매니저(manager)는 전공, 경력 불문입니다. 매니저 중에는 디즈니랜드에서 일하다 오신 분도 있는데, 그곳의 경험을 살려 놀이동산처럼 재밌는 병원을 만들겠다는 선언으로 저희 병원의 구성원이 되었습니다.

디자이너(designer) 역시 디자인 경력 내에서는 전공 분야, 국적, 나이 불문입니다. 산업, 패션, 건축 등 디자인과 관련된 다양한 전공자를 두루두루 환영하며 의료에 대한 지식은 전혀 없어도 됩니다. 지금 일하고 있는 디자이너 대부분이 여기에 오기 전까진 의료와 관련된 커리어가 없었습니다. 대신 디자인적 사고 능력을 갖추고 자신의 전공이나 경력이 메이오 클리닉에 어떤 도움이 될 수 있을지 잘 어필해야 합니다.

이곳 디자이너들은 어떤 일을 하나요?
보통 각 프로젝트마다 성격이 달라서 하는 일도 달라집니다. 개인의 역량에 따라 어떤 일을 할지가 결정되는 것 같습니다. 디자이너는 무조건 이런 일을 한다. 이렇게 단정 짓기는 어려울 것 같아요. 예를 들어 어떤 프로젝트는 디자이너 한 명이 아이디어를 발전시키고 피드백을 받으며 진행하기도 하였고, 어떤 프로젝트에서는 비주얼 작업만 맡기도 합니다. 전반적으로 새로운 서비스 혹은 문제점의 해결 방법과 관련한 업무가 많습니다.

이프가 있었는데 실제로 공기 청정 효과는 없는, 단지 소음 유발을 위한 것이었다. 사무실이 너무 조용하면 자유롭게 회의나 대화를 할 수 없기 때문에 일부러 일정한 소음을 내는 기계를 들여놨다고 한다. 창의력이 존중받는 공간이라는 생각이 들었다.
또 mock-up 연구실이 있었는데, 새로운 서비스나 아이디어를 병원에 적용하기 전에 모형을 실제 크기로 만들어보고 직원들에게 피드백을 받는다고 했다. 이처럼 사무실 곳곳에서 혁신센터의 철학들이 느껴져 '이런 곳에서 일하고 싶다'라는 생각을 끊임없이 하게 되는 시간이었다.

메이오 클리닉 혁신센터 속 서비스디자인 사례

[진료실 구조 변경]

before

의사와 환자가 책상을 사이에 두고 마주 본다. 이때 의사는 컴퓨터 모니터만 들여다보며 진료하게 된다.

after

의사와 환자가 테이블이나 소파에 앉아 진료한다. 모니터 역시 의사와 환자가 함께 볼 수 있도록 배치해 환자와 의사 간 대화를 유도한다.



[채혈 의자]

before

아이 대부분이 피를 뽑을 때마다 공포감을 느끼며 심하게 운다.

after

채혈 시 아이가 음악이나 영화를 감상할 수 있는 기기를 설치해 채혈에 대한 공포감을 없앤다.



위의 두 사례는 그 누구도 쉽게 생각하지 못했던 '환자 중심' 서비스디자인의 한 사례이며, 메이오 클리닉의 철학을 그대로 보여준다고 할 수 있다.

클리블랜드 클리닉 Cleveland Clinic



드디어 마지막 일정! 클리블랜드 클리닉은 오픈 하늘빛이 도는 실내는 깔끔한 이미지였다. 전통과 현대, 예술과 디자인이 어우러져 이질적이면서도 신비한 분위기를 내던 메이오 클리닉과는 달리, 건물 전체가 좀더 차분하게 정돈된 느낌이었다. 너무 깔끔한 나머지 차가운 느낌마저 주는 실내는 우



리나라의 일반적인 병원과 비슷해 보이기도 했다. 그러나 서비스디자인을 선도하는 미국의 병원이니만큼 여러 곳에서 환자는 물론 직원, 가족들까지 배려하는 다양한 사례를 엿볼 수 있었다. 그럼 지금부터 한번 살펴볼까?

클리블랜드 클리닉 속 서비스디자인 사례

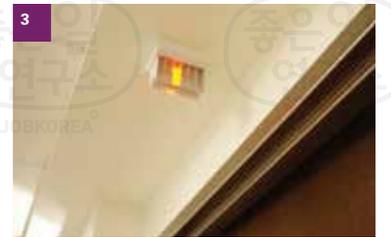
1 직군별로 구분된 유니폼

직원들 유니폼을 직군에 따라 색으로 세분화하여 환자-의료진, 의료진-의료진, 그 외 직원끼리의 커뮤니케이션이 원활하게 이루어질 수 있도록 유도했다. 환자나 의료진이 누구에게 도움을 요청해야 할지, 직원 간에 서로 출입을 허가받은 사람인지 등은 쉽게 알 수 있다.



2 팔찌

낙상, 알러지, DNR 등 특별한 보호를 요하거나 유의해야 할 사항이 있는 환자들에게 색깔별로 손목 밴드를 착용하도록 했다. 간호 업무 시 손목 밴드 색을 참고함으로써 실수를 방지할 수 있다.



3 병실 조명

병실 내 환자들의 상태가 어떠한지, 어떤 서비스를 받고 있는지 알지 못해 생기는 간호사들의 수고를 덜어주기 위해 만든 서비스. 위급 상황을 알리는 경보시스템도 갖추고 있다.



4 종교 공간

여러 국가에서 오는 환자들을 위해 다양한 종류의 종교의식을 위한 기도 공간을 마련하고, 시간별 종교의식을 주최할 수 있도록 했다. 종교에 대한 병원 측의 세심한 배려를 보여줌으로써 환자들은 병원에 대한 애정과 신뢰가 커진다. ①

메이오 클리닉과 클리블랜드 클리닉 탐방을 마치며……

아직 '의료서비스 디자인'의 개념이 확산되지 않은 우리나라지만 의료계는 그 중요성을 잘 빠르게 인식하고 있으며, 이를 접목하기 위해 많은 관계자들이 노력하고 있다. 그러나 학계나 실질적 관계자가 아닌 사람들은 그 정도를 아직은 체감하기 어렵기 때문에 이번 탐방이 우리들에게는 더 큰 의미가 있었다. 인터넷에서만 보고 듣던 자료를 직접 눈으로 보고, 사용해보고, 사용자들의 반응을 생생하게 들음으로써 의료서비스 디자인의 효용가치를 피부로 느낄 수 있는 시간이었다.

우리는 서비스디자인이 미국에서 10년 이상 지속되면서 그것이 의료 영역에 어떻게 반영이 되었는지, 그 결과와 효과는 어땠는지, 어떤 방향으로 수정되었는지를 볼 수 있었으며, 나아가 앞으로는 이 분야가 어떻게 변모할 것이며, 우리가 할 수 있는 역할은 무엇이 있는지까지도 생각해볼 수 있는 기회를 얻을 수 있었다. 특히 디자이너의 새로운 무대가 병원이 될 수 있다는 점은 디자인학도인 우리

에게 무척 매력적이고도 흥미로운 요소로 다가왔다. 그리고 서비스디자인의 실제 사례들을 보면서 단순히 외양이나 기능에 초점을 맞춘 디자인이 아니라 실제로 인간의 심리를 파악하고 행동을 변화시킬 수 있는 디자인이 가능하다는 점도 깨달았다. 디자이너의 손길을 통해 환자와 의료진이 진정으로 소통함으로써 모든 병원이 치유의 공간으로 거듭날 수 있는 날이 오기를 고대해본다. ①



해외에서 더 큰 꿈을 펼치다

해외 취업을 희망하는 학생들은 많지만 언어 장벽 또는 정보 부족으로 인해 이를 실행에 옮기는 이는 많지 않다. 그런 이들을 위해 미국 디자인 회사 인턴십 프로그램 참여 경험이 있는 정영근 학생을 만나 해외 취업 도전 이야기에 대해 들어봤다.



● 퓨즈프로젝트(Fuseproject)라는 회사는 어떤 곳이며, 그곳에 지원한 계기는 무엇인가?

제품디자인 전문 컨설턴시(consultancy)다. 인테리어, 가전제품, 생활용품 등 다양한 제품을 디자인한다. 대학교 3학년 때 잼박스(Jambox)라는 블루투스 스피커를 산 적이 있는데, 디자인부터 광고까지 그 제품과 관련된 모든 것이 마음에 들었다. 어디에서 디자인한 제품인지 찾아봤더니 퓨즈프로젝트라는 미국 디자인 회사가 작업한 것이었다. 이후 그 회사에서 디자인한 제품을 하나들 찾아봤고, 그럴수록 말로 설명할 수 없는 강렬한 느낌을 받았다. 그때부터 그 회사에 관심을 가지기 시작했고 인턴십 프로그램에도 지원하게 됐다.

지원서와 포트폴리오를 이메일로 제출했는데, 그걸 보고 퓨즈프로젝트에서 면접 제안을 해왔다. 면접은 스카이프를 통해 화상 면접으로 한 시간 정도 봤는데, 편안한 분위기에서 진행될 수 있도록 초반에는 '우리 회사에 지원한 이유가 무엇인지?', '어느 분야의 디자인에 관심이 있는지?' 등의 일반적인 질문을 했다. 그 이후에는 그간 내가 작업했던 작품에 관한 질문이었는데, 약 50분간 질문과 답변이 오갔고 나는 평소 가지고 있던 생각을 솔직하게 이야기했다.

● 해외 현지 기업에다 무엇보다도 평소 자신이 가고 싶었던 회사에서 근무할 기회를 얻었는데, 합격할 수 있었던 자신만의 비결이 있었나?

내가 평소에 추구하고 좋아하는 디자인 성향이 그 회사와 맞아떨어졌다는 점이 합격할 수 있었던 비결 같다. 나는 저학년일 때부터 마음에 드는 디자인이 있으면 그걸 만든 회사가 어디인지 찾아 목록을 만들었다. 그리고 꾸준히 포트폴리오를 업데이트한 후에 지원하고 싶은 회사들의 홈페이지에 나와 있는 이메일 주소로 지원서와 포트폴리오를 보냈다. 보통 디자인 회사들은 인턴 또는 신입사원을 언제 뽑겠다고 공지하는 곳이 거의 없다. 그렇기 때문에 채용 공지가 없어도 이메일로 지원서를 보내놓으면 회사 담당자가 보고 면접을 제안하기도 한다. 면접은 주로 스카이프를 이용해 화상 면접으로 진행한다.

홍익대학교 산업디자인학과 4학년 정영근

홍익대학교 산업디자인학과에 재학 중이며 올해 8월 졸업을 앞두고 있다. 2012년 미국 샌프란시스코에 위치한 퓨즈프로젝트(Fuseproject)에서 6개월간 인턴십 프로그램에 참여했고, 현재 도쿄 네도에서도 인턴십 프로그램 참여 제안을 받은 상태다.



● 포트폴리오 만드는 것에 어려움을 느끼는 학생들이 많다. 이들을 위한 조언이 있다면?

포트폴리오에 들어가는 내용과 레이아웃보다는 창의적인 생각과 그것을 어떻게 제품으로 표현할 수 있는지를 보여주는 것이 가장 중요하다고 본다. 디자인은 창의성이 무척 중요하게 평가받는 분야이기 때문에, 일반적인 디자인 프로세스 외에 나만의 실험적인 방법이 있거나 남들과 다른 표현 방법이 있다면 그 점을 포트폴리오로 보여줘야 한다.

● 퓨즈프로젝트에서의 근무 환경은 어땠나?

퓨즈프로젝트는 미국 현지 내에서도 업무가 타이트하게 진행되기로 유명한 곳이다. 업무 속도가 엄청나게 빠른 편이라 모든 일을 신속하게 처리해야 하고, 인턴이라고 해서 가벼운 업무를 담당하는 것도 결코 아니다. 내 경우 입사한 첫날부터 기준에 진행된 프로젝트 회의에 투입돼 바로 실무를 수행했다. 미국 기업 문화는 시니어 디자이너들과 주니어, 인턴이 하는 일의 경중이 다르지 않다. 그들은 인턴을 뽑을 때, 자신의 후배가 아닌 함께 일할 파트너를 뽑는다는 개념이 강하기 때문에 자신의 능력을 적극적으로 펼칠 필요가 있고 또 내가 이러저러한 일을 했다는 걸 보여주는 소면심도 중요하다고 생각한다.

● 미국 현지인들과 일하면서 언어의 장벽은 없었나?

일하면서 언어적인 문제로 불편을 겪은 적은 없었던 것 같다. 그 언어의 바탕이 되는 문화와 정서 차이로 인해 당황한 적이 있긴 하지만 이 역시 큰 문제는 아니었다. 내가 일했던 퓨즈프로젝트에는 다양한 국적의 인턴사원들이 모여 함께 일했는데, 인턴십 마지막 날 저녁 식사 자리에서 보니 10명 인턴들의 국적이 모두 달랐다. 그만큼 퓨즈프로젝트는 외국인에 대한 편견이 없고 다양한 나라의 사람들과 일하는 데 대해 오픈 마인드를 가지고 있다. 사실 해외로 눈을 돌리면 기회가 무척 많다. 다만 언어적인 문제 때문에 미리 겁먹고 지원 자체를 하지 않는 친구들이 많은데, 평소 미드를 본다거나 영



어로 된 미국 디자인 잡지를 보는 등 계속 그쪽 문화를 접하다 보면 이 부분 역시 큰 문제가 되지 않을 것이라 생각한다.

● 퓨즈프로젝트에서 근무하면서 가장 인상 깊었던 점 또는 힘들었던 점은 무엇인가?

직원들의 사기 진작을 위한 다양한 사내 이벤트를 진행하는 점이 인상 깊었다. 한 달에 한 번 케이터링을 불러서 파티도 하고, 또 직원들과 함께 서핑 트림을 가기도 한다. 일하면서 힘들었던 점을 꼽으려면 현지에 적응하고 그 문화를 이해하는 데 시간이 걸렸다는 것 외에는 특별히 없는 것 같다.

● 후배들을 위한 조언이 있다면 부탁한다.

미국에서 일하며 느낀 점은 구직자들의 마인드가 우리와 무척 다르다는 것이다. 한국에서는 면접에 떨어지면 내가 무언가 부족해서일 것이라 생각하고 그걸 보충하기 위해 스펙 쌓기에 열을 올린다. 하지만 미국 친구들은 다르더라. 내가 부족해서가 아니라 나와 그 회사가 맞지 않아서라고 생각하고 나와 맞는 회사를 찾기 위해 노력한다. 앞으로 취업을 준비하고 있는 후배들이라면 그저 자신을 회사에 맞추기보다는 나와 잘 맞는 회사, 그리고 나의 능력을 잘 발휘할 수 있는 곳을 찾는 데 더 많은 노력을 기울이라고 말하고 싶다. ①

Must Have Item

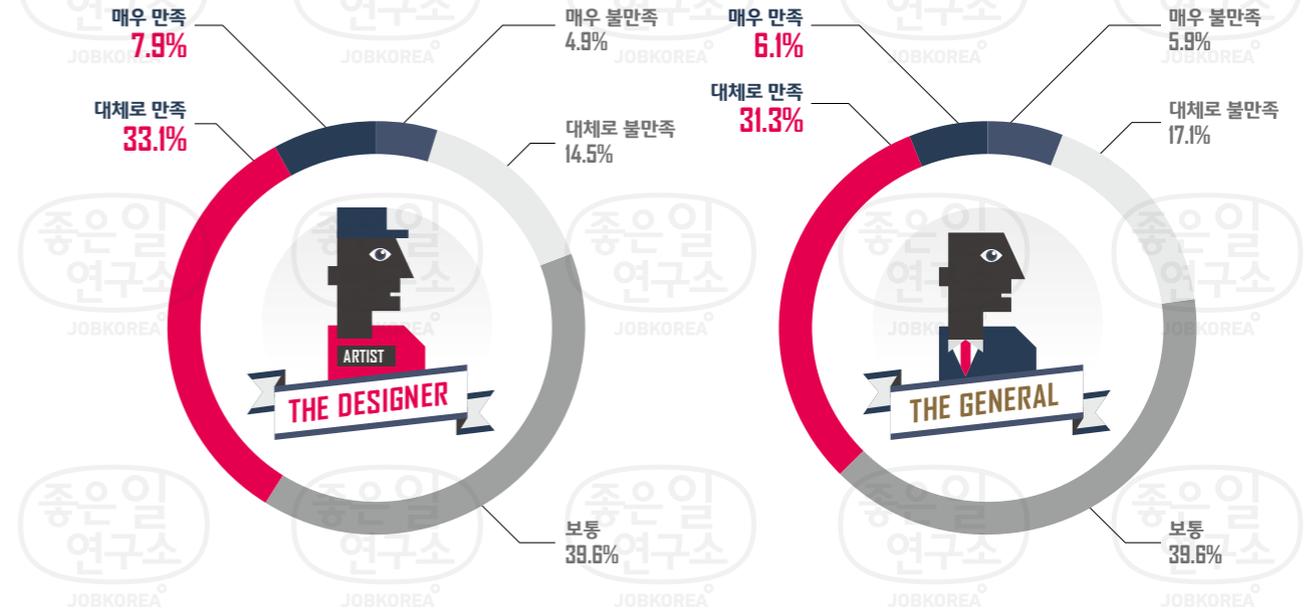
'외장 하드'
디자이너라면 공감할 머스트 해브 아이템! 몇 년간의 기록이 담긴 보물 같은 존재!





잡코리아 좋은일 연구소가 현직 디자이너 608명을 대상으로 <디자이너가 본 디자이너 직업>에 대해 조사했다. 다른 직업에 비해 '좋아하는 일'을 찾는 사람이 많은 직업이다 보니 직업 만족도는 높았지만... 업무 강도는 역시 높았다.

SATISFIED WITH MY PROFESSION
그래도 '디자이너' 직업에 만족해



직업 만족도는 일반 직장인보다 높았고, 현직 디자이너 5명 중 2명은 현재 직업에 만족한다고 답했다. 근무 형태는 기업에 소속된 경우가 74.2%로 압도적으로 많았으나, 10명 중 3명 정도인 25.8%는 프리랜서로 일한다고 답했다.

WORKING A HALF DAY

하루의 절반은 일.해.



출근



퇴근

1 WEEK
02
TIMES

야근(1주)



야근할 때

1 WEEK
02
TIMES

외근(1주)



회의(1일)

평균 오전 8시 36분에 출근해 오후 7시 24분에 퇴근한다. 야근은 일주일에 2회 정도, 야근할 때 평균 2시간 반 정도 더 일하니, 일주일에 2회 정도 9시 반에 퇴근하는 것. 하루 평균 2시간 정도 회의를 하고, 일주일에 약 2회 정도 외근을 나간다. 이는 말 그대로 '평균'이다. 일이 밀물처럼 밀려올 때는 출근만 있고 퇴근은 없는 날이 비일비재하다. 정시에 출퇴근하는 직장인들이 부러울 때도 있지만, 하고 싶었던 일을 하고 있다는 사실로 오늘도 위로를 받는다.

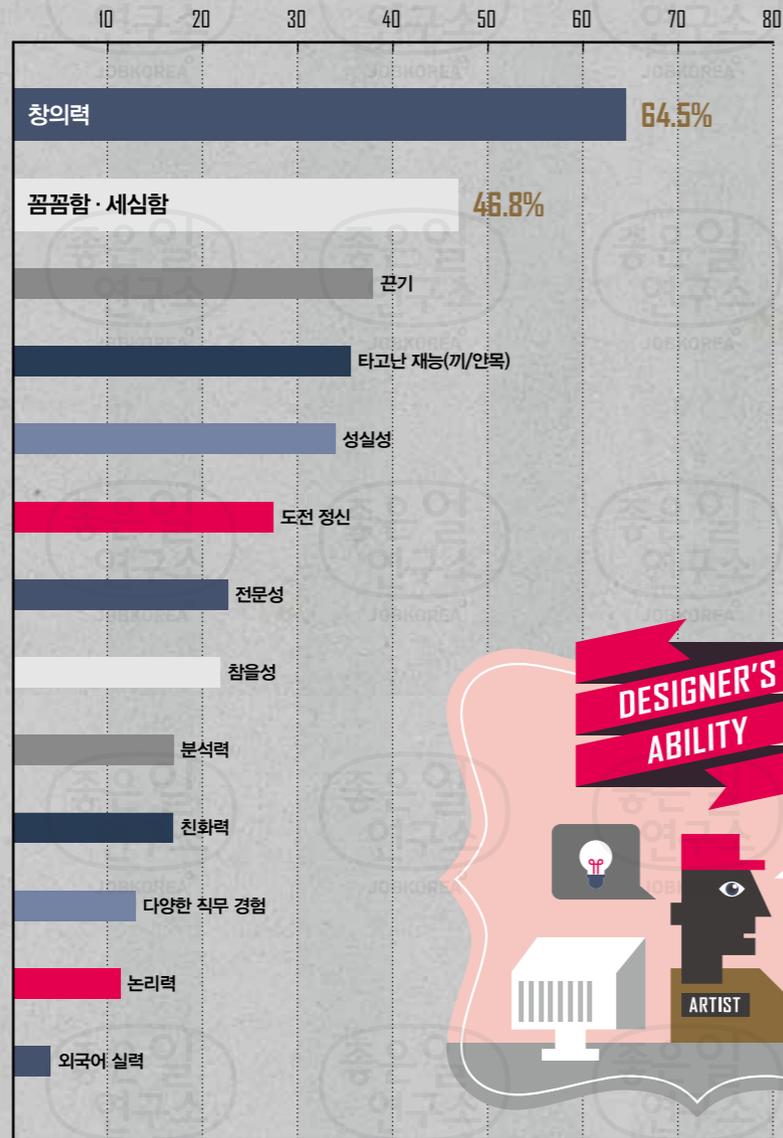


기업에 소속(정규직+비정규직)

프리랜서

★ THINK DIFFERENTLY AND BE METICULOUS IN NATURE

디자이너 되려면 '다르게 생각'하는 연습해

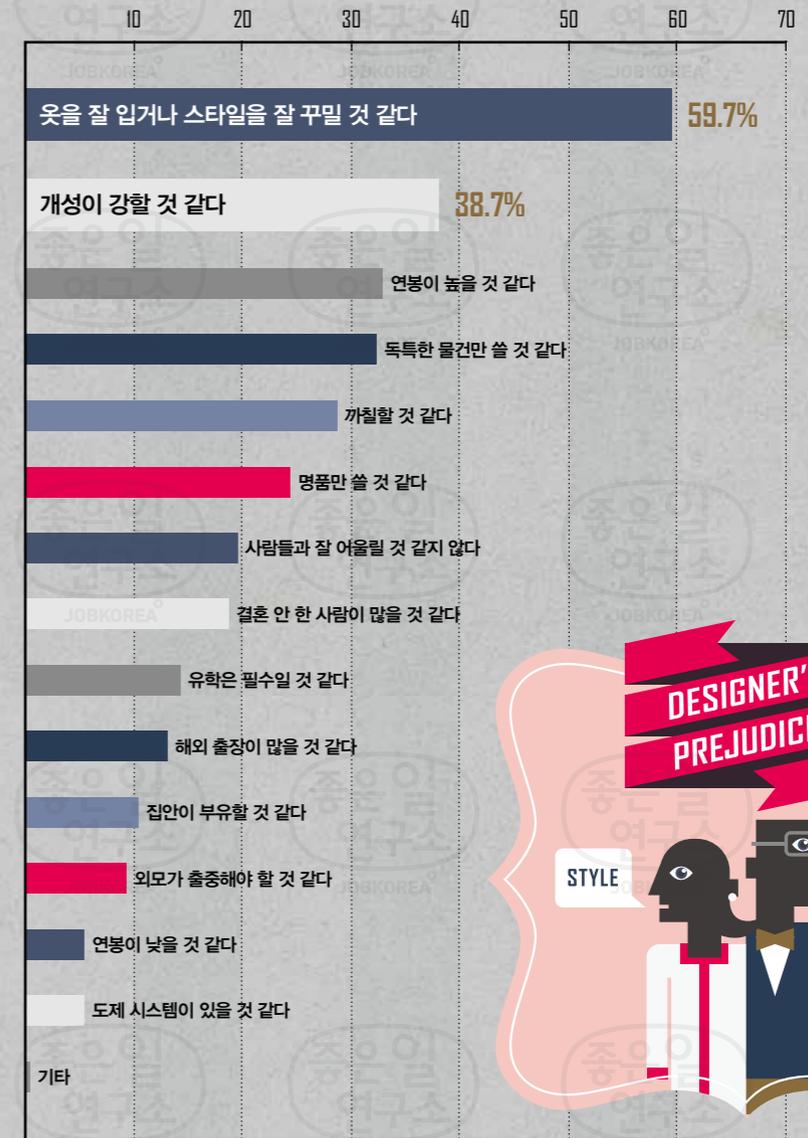


* 전체응답률 352.4%

현직 디자이너들은 디자이너에게 가장 필요한 역량으로 '창의력'(64.5%)을 꼽았다. 전체 응답자 10명 중 6명에 달하는 압도적인 수준이다. 또 꼼꼼하고 세심한 사람에게 적합하다는 답변도 절반 정도(46.8%)에 달했다.

★ STYLES WOULD BE GREAT? EVERYTHING BUT IS NOT

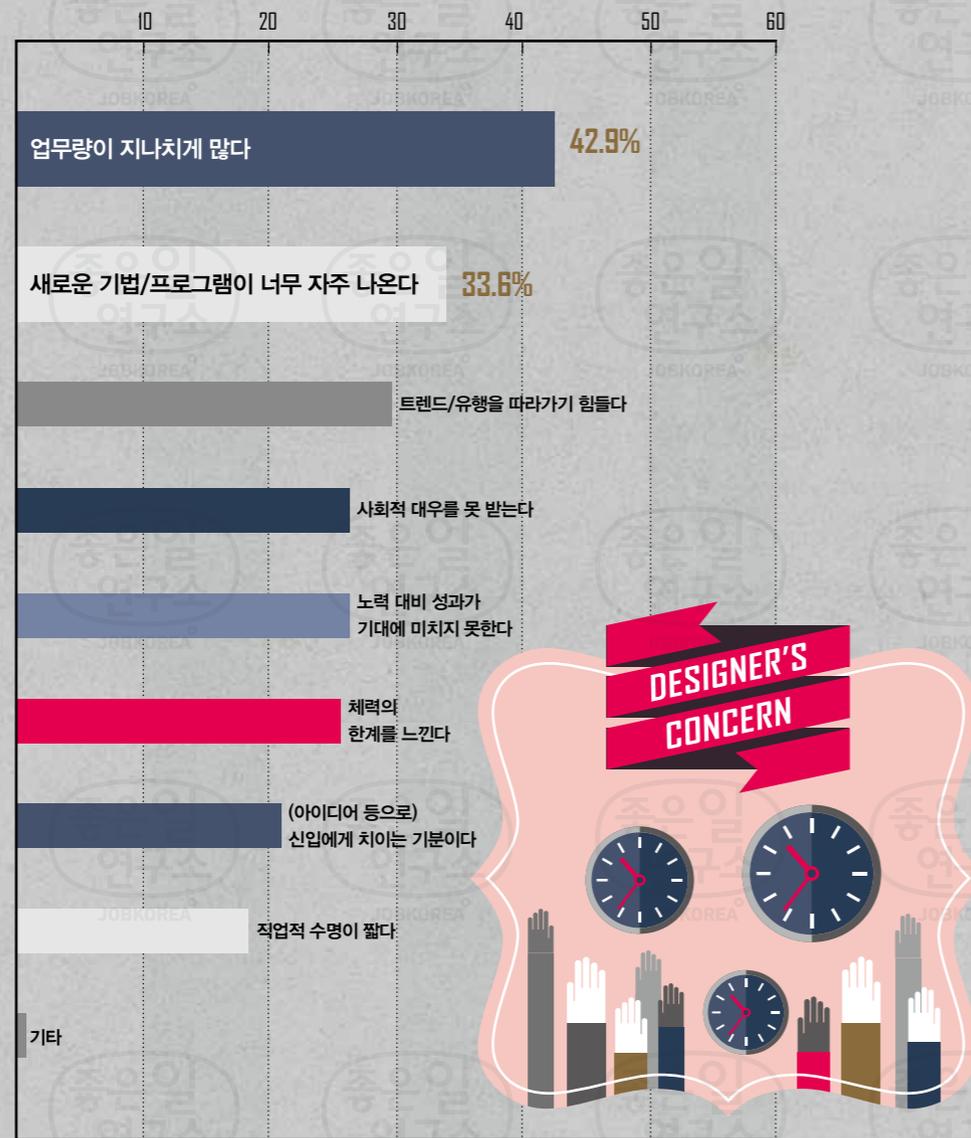
디자이너에 대한 오해... 옷을 잘 입고 잘 꾸밀 것 같아



* 전체응답률 320.2%

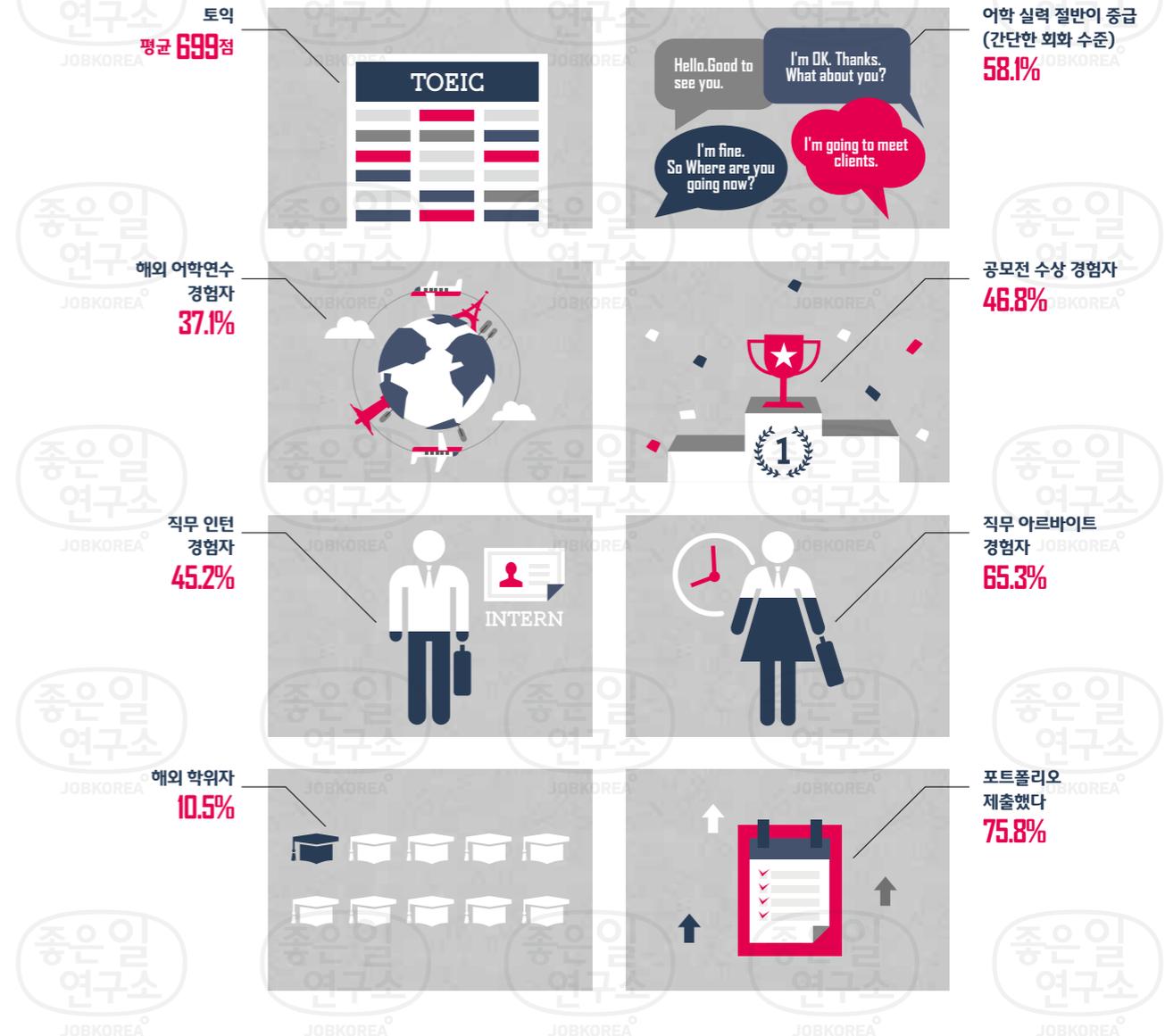
디자이너라고 하면 흔히 받는 오해가 있다. 개성이 강할 것 같거나 연봉이 높을 것 같다. 독특한 물건만 쓸 것 같다... 디자인 분야에 따라 차이가 크다. 그리고 수확선생님처럼 보이는 미술선생님이나 공대생처럼 보이는 미대생도 있는 것처럼 다 그런 건 아니다. 개성을 자기에게 맞게 잘 표현하는 것만큼은 인정.

커리어 고민... 세상이 너무 빨라



디자이너는 커리어 설계를 어떻게 해나가야 할까, 미래에 대해 어떤 고민이 있을까. 변화의 속도가 빠른 업계에 있는 사람들은 끊임없이 배우고 또 배워야 한다. 특히 無에서 有를 창조하는 능력을 요하는 직업에 속하는 직업인 만큼, 창의력에 대한 고민이 많다. 새로운 기법이나 프로그램도 속속 바뀌고, 유행하는 트렌드 변화도 빠르다. 변화의 속도는 나이를 먹는 것 처럼 시간이 흐를수록 가속도가 붙는 것 같다.

2012 신입 디자이너 평균... 입사 포인트는 '직무 경험'



2012년 신입 디자이너의 입사 평균을 분석한 결과, 토익점수는 699점으로 대기업 신입 공채 커트라인 수준에 그쳤다. 입사자 절반은 본인의 영어회화 실력을 두고 '간단한 회화가 가능한 중급'이라 답했다. 사회 경험 중 가장 높은 비중을 차지한 것은 '직무 분야 아르바이트 경험'으로 신입 입사자의 10명 중 6명 이상이 아르바이트 경험이 있다고 답했다. 디자이너 취업 시 포트폴리오 제출은 필수. 전체 응답자의 75.8%가 포트폴리오를 제출했다고 답했다. ①

디자이너가 밝히는 직무 뒷이야기

'엣지(edge)'의 끝판왕 디자이너들은 어떤 업무 고충을 겪고 있을까? 각 디자인 업계 종사자들이 밝히는 직무 뒷얘기를 들어보자. 보다 솔직한 내용을 이끌어내기 위해 재직 중인 기업명과 답변자의 실명을 거론하지 않았음을 밝혀둔다.



인테리어 디자인은 노가다다!

레드빈(인테리어 디자이너, 29세 여성)

멋진 인테리어 디자이너가 되고 싶었다. 햇살 비추는 창가에 앉아 건축 설계 도안을 검토하고, 클라이언트를 앞에서 디자인 시안에 대해 멋지게 PT도 하고, 그런데... 난 밤마다 작업 현장에 나가서 인부 아저씨들과 목에 핏대 세워가며 싸워야 한다. 디자인대로 시공이 될 수 있도록 인부 아저씨들을 잘 통솔해야 하는데, 40~50대 아저씨들이 어린 나를 너무 만만하게 보는 것. 시공 인부 아저씨들과 하도 싸우다 보니 이전 노하우가 생겼다. 목소리 높여봐야 작업 진도 안 나가고, 대신 담배 한 갑, 막걸리 한 통이 더 큰 위력을 발휘한다는 것을. 그래서 요즘엔 아저씨들한테 매일 밤 막걸리 사다 나르면서 보조한다. 하지만 가끔 이런 생각이 든다. '나는 디자인을 하는 것인가, 노가다를 하는 것인가!!!'

똥똥하면 디자이너 못 되는 거야?! 그런 거야?

민주적인 얼굴(패션 디자이너, 25세 여성)

시크하고 멋진 디자이너가 되겠다고 열심히 살기 준비해서 대학에 딱 붙었지. 그리고 대학 4년 동안 한눈 안 팔고 열심히 공부했어. 포트폴리오도 정말 공들여 만들었고, 그런데 취업이 안 돼!!! 문제는 나의 몸무게. 11.11 키 169cm에 몸무게 58kg. 그래 이 키에 이 몸무게면 날씬한 건 아니야. 하지만 그렇다고 직장생활 못 할 정도로 똥똥한 건 아니잖아. 그런데 패션디자인 업계로 취업하려면 날씬해야 하더라고. 그래야 피팅을 할 수 있으니까. 대학 내내 난 통통한 것뿐이라고 생각했는데 그건 나만의 착각이었나 봐. 충격 먹고 2달 만에 6kg 감량하고 드디어 취업했지. 난 포트폴리오 만드는 것보다 다이어트하느라 취업이 더 힘들었어~



디자인 툴 앞에서 난 까막눈!

광란의 마우스휠(웹디자이너, 32세 남성)

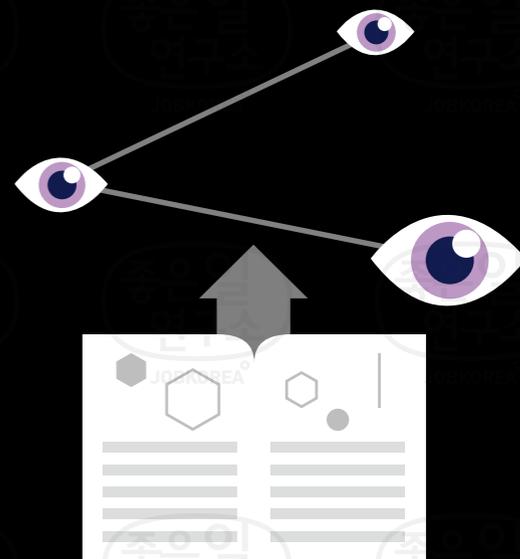
영어 공부, 수학 공부 하기 싫어서 예체능으로 지원했는데... 디자인 툴이 모두 영어로 돼 있을 줄이야~~~ 한동안 컴퓨터 앞에서 정말 까막눈이 돼버렸어. 지금이야 툴을 하도 많이 다루다 보니 굳이 영어 자막을 읽지 않아도 이 버튼이 어떤 기능인지 알지만, 가끔 디자인 툴이 업그레이드라도 되는 날엔... 또다시 나는 까막눈 신세 11.11 1



PART 3

Good Information

생생한 취업정보



디자인 분야 취업시장 트렌드 .. 40

선배 디자이너가 공개하는 합격 포트폴리오 .. 43

뽑고 싶은 신입 디자이너 유형 .. 46

디자이너들에게 꼭 필요한 필수 아이템 .. 48

[전문가 원고] 디자인의 블루오션을 창조하라 .. 50

디자인직 취업시장 들여다보기

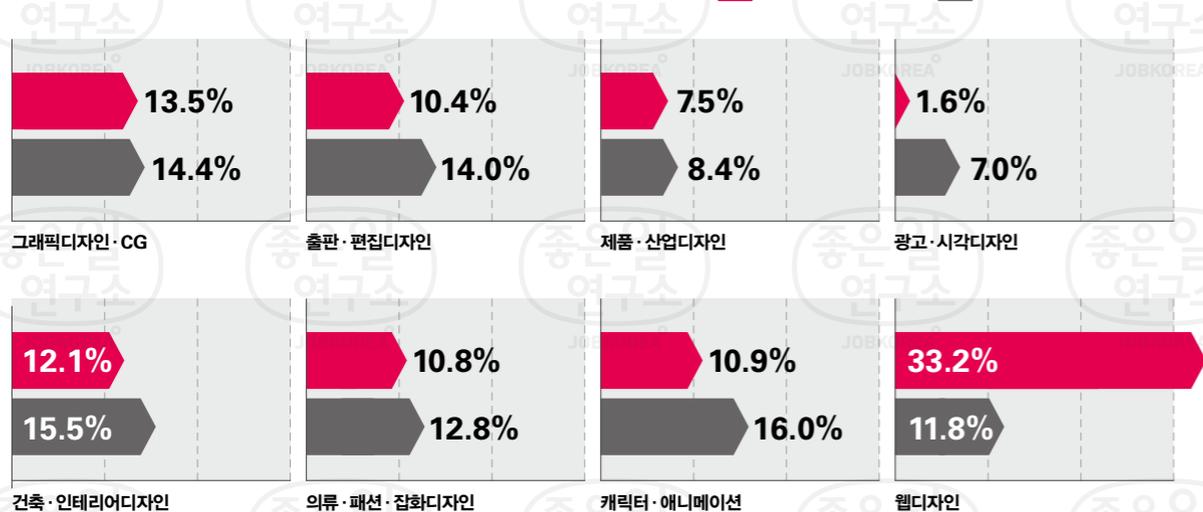
디자인직을 다루는 능력을 갖추면 디자인 전문업체로 취업하기는 어렵지 않지만, 대부분의 기업이 영세한 규모여서 근무환경과 임금은 다소 열악한 편이다. 몇몇 인지도가 있는 기업의 경우는 입직이 치열하고 철저하게 실력으로 인정을 받기 때문에 업무에 대한 스트레스와 강도가 높은 편이긴 하다.

채용이 많은 디자인직 분야로는 웹디자인직 분야 채용이 전체 디자인직 분야 채용의 33% 이상을 차지하고 있다. 취업포털 잡코리아가 2015년 1~5월 동안 자사 사이트에 올라온 기업들의 디자인 관련 분야 채용공고수를 분석한 결과, 총 90,547건으로 이는 전체 직무 분야 채용공고수 중 7.0%를 차지하는 비중이다.

특히 이들 디자인 관련 분야 중 채용 비중이 가장 높은 곳은 웹디자인 분야로 33.2%를 차지하고 있으며, 다음으로 그래픽/CG디자인 분야가 13.5%, 건축/인테리어디자인이 12.1%, 캐릭터/애니메이션디자인이 10.9% 순이었다. 하지만 올 1~5월 동안 잡코리아에 이력서를 가장 많이 올려놓은 분야는 캐릭터/애니메이션디자인이 16.0%로 가장 높아 수요와 공급 간의 차이가 있었다.



디자인직 분야 채용 비중 & 구직활동 현황



출처: 2015년 상반기 JOBKOREA 데이터 분석

2015년 디자인직 분야 직급별 연봉 현황

디자인분야	직급	사원(연구원)	주임·계장(연구원)	대리(주임연구원)	과장(선임연구원)	차장(수석연구원)	부장(연구소장)
웹디자인		2043만 원	2378만 원	2645만 원	3341만 원	4134만 원	4259만 원
광고·시각디자인		2030만 원	2435만 원	2697만 원	3286만 원	3921만 원	4631만 원
출판·편집디자인		1977만 원	2271만 원	2523만 원	3027만 원	3634만 원	3640만 원
제품·산업디자인		2037만 원	2465만 원	2827만 원	3515만 원	4134만 원	4591만 원
의류·패션·잡화디자인		1997만 원	2537만 원	2837만 원	3616만 원	4543만 원	5101만 원
건축·인테리어디자인		2100만 원	2369만 원	2823만 원	3461만 원	4223만 원	4771만 원
캐릭터·애니메이션		1959만 원	2469만 원	2579만 원	3365만 원	3960만 원	3831만 원
그래픽디자인·CG		2060만 원	2481만 원	2737만 원	3303만 원	3936만 원	4227만 원

출처: JOBKOREA 연봉통계서비스

기업에서는 어떤 디자이너를 원하나요?

PRODUCTION DESIGN

먼저 제품디자이너가 되기 위해서는 산업디자인, 공업디자인 등의 제품디자인 관련 학과를 전공해야 하며, IT제품 디자인직의 경우는 그래픽디자인 전공자의 진출도 늘고 있다. 가전회사의 디자인실이나 디자인 전문회사에서 근무하며, 대부분 공개채용한다. 채용시 포트폴리오를 제출하도록 해 디자인 감각을 평가하므로 미리 준비해야 한다. 특히 2D로 스케치한 사물을 3D로 모델링화시킬 때 그 차이를 최소로 줄일 수 있는 조형 능력이 있어야 한다. 이 외에도 제품디자인에 대한 열정이 있어야 함은 물론이고 볼륨감, 무게감 등 색상에 대한 이해가 필요하며 하나의 제품을 만들기 위해 다른 팀과 협력할 일이 많으므로 대인관계가 좋아야 한다. 또한 빠르게 변화하는 소비자의 취향과 심리를 파악할 수 있어야 하며 독창성, 창의성, 표현력이 뛰어난 인재를 선호한다.

FASHION DESIGN

패션디자이너의 경우 다른 사람들보다 훨씬 다양하고 많은 데이터를 가지고 있어야 하고 또 유행의 흐름을 어느 정도 쉽게 예측할 수 있어야 한다. 관련 전공 분야로는 의류학과나 의류직물학과, 의상디자인학과, 섬유디자인과, 패션디자인학과 등이 있다. 하지만 반드시 전공자여야만 하는 것은 아니다. 디자인 관련 학원들을 통해서도 이 분야의 진출이 가능하다. 특히 패

WEB DESIGN

션디자이너의 경우는 그림만 잘 그린다고 되는 것이 아니라 원단의 특성 및 컬러티, 디자인을 표현할 수 있는 스케치와 스타일화, 패턴을 옮기는 작업, 재단과 봉제, 마무리 과정 등에 대해서도 잘 파악하고 있어야 직장에 들어가서 디자이너로서 적응하기가 훨씬 쉽다. 웹디자이너가 되기 위해서는 전문대학 및 대학교의 디자인, 시각디자인, 멀티미디어, 컴퓨터그래픽 관련학과 등을 전공하거나 직업훈련기관에서 웹디자인, 컴퓨터그래픽, 3D 등을 수강하면 유리하다. 채용 시 학력보다는 경력을 우선시하고 채용공고는 일반적으로 인터넷 등을 통해 이루어지므로 웹사이트 개발업체, 웨이이전시, SI업체 등의 채용공고를 확인하는 것이 중요하다. 이 외에도 웹사이트 구축에 관한 프로젝트 업무가 있을 때 프리랜서의 형태로 웹개발자들과 팀을 이루어 작업하기도 한다. 취업 시에는 학력이나 자격증 취득 여부보다는 실무경험이 중요하므로 본인이 직접 디자인한 작품에 대한 포트폴리오를 미리 준비해두어야 한다. 관련 자격은 국가기술 자격으로 웹디자인기능사, 컴퓨터그래픽스운용기능사, 게임그래픽전문가 등이 있다. 또한 포토샵, 일러스트레이터, 플래시, 드림위버, 웹3D, 프리미어 등과 같은 도구들을 능숙히 활용할 줄 알아야 한다. 기획자 등과 협력하여 일해야 하므로 의사소통 능력이 필요하며 일을 수행하기 위해 창의력이 있고 꼼꼼한 성격이면 도움이 된다. ①

디자인 관련 학과 전공자 대기업 취업성공자 스펙

대학명	전공	학점 *4.5점 만점 기준	토익	자격증	인턴 경험	공모전 입상 경력	취업 성공 기업
2년제 대학	산업디자인	3.9		컬러리스트산업기사			신세계
경남대학교	시각디자인	3.8		GTQ			이랜드그룹
고려대학교	산업디자인	3.8	875				한샘
국민대학교	실내디자인학	4.2	840		1회		삼성전자(주)
삼육대학교	커뮤니케이션디자인	3.2				1회	현대HCN
서울 상위권	디자인	3.5		토익 스피킹	1회		(주)오뚜기
서울 상위권	공업디자인	3.7	800	토익 스피킹			현대자동차(주)
서울 상위권	산업정보디자인	3.2					LG유플러스
서울 상위권	디자인	3.5					한국공항공사
서울 중상위권	디자인	3.6	750				롯데백화점
서울 중위권	디자인	3.9	820	오픽, 한자자격증	2회		(주)LG생활건강
서울 중하위권	디자인	3.5	700	토플, 모스 워드			제일모직(주)
서울 하위권	디자인	3.5	830	테슬			(주)아모레퍼시픽
서울대학교	공업디자인	3.4					LG패션
수원대학교	공예디자인	3					(주)대웅제약
연세대학교	생활디자인학	3.5	890				LG전자
이화여자대학교	섬유패션디자인	3.9	810				GS홈쇼핑
인하대학교	의상섬유디자인학	3.2	780	컬러리스트기사	1회		GS리테일
지방 사립대	디자인공학	3.6	740	토익 스피킹, ITQ, 워드	2회	1회	(주)KT&G
지방 사립대	산업정보디자인	3.6	755			1회	롯데마트
지방 사립대	시각제품디자인	3.8	940	컬러리스트, 한자자격 2급, 정보처리기사			롯데백화점
지방 사립대	시각디자인	3.7		GTQ 1급	1회		(주)제일기획
패션 전문대학	디자인	3.8		디자인산업기사	1회		제일모직(주)
한양대학교	실내환경디자인	4.1	775				롯데물산(주)
홍익대학교	기계시스템디자인공학	3.5	755		2회		대림산업(주)
홍익대학교	기계시스템디자인공학	3.9	905	오픽, 한자자격 2급	1회		삼성전자(주)
홍익대학교	기계시스템디자인공학	3.5	830				LG전자
홍익대학교	디자인	3.3	725				두산타워(주)

출처: 집코리아 신입사원 스펙타클

선배 디자이너가 알려주는 합격 포트폴리오 작성 비법!

디자이너의 얼굴이라 불리는 포트폴리오, 디자인 관련 직군에 취업하기 위해선 경쟁력 있는 포트폴리오를 만드는 것이 필수다. 면접관의 마음을 단번에 사로잡는 포트폴리오 만들기에 도전해보자.

선배들의 합격 포트폴리오



VMD
합격 포트폴리오

소속 계선·강혜승
담당 업무 신세계 영등포점 VMD 담당
형식 디지털 매체로 제작 후 인쇄본 출력 (USB 카피본 보유)
제작 방법 인쇄소에서 1회 제본 후 스프링 제본 제작

사용한 용지 표지 ▶ 디자인지 내지 ▶ 모조지

+ 합격 POINT '나를 광고한다!'는 생각으로 포트폴리오를 제작했다. 두껍고 구구절절 설명이 많은 포트폴리오는 읽는 이로 하여금 보기 싫게 만든다. 사진 위주로 구성하되 간략한 설명을 곁들일 것. 나의 강점이 드러나되 깨끗하게 정리된 포트폴리오여야 후한 점수를 받을 수 있다. 보기 좋은 떡이 먹기도 좋다는 속담도 있지 않나. 포트폴리오 역시 마찬가지다.



아동복 디자이너
합격 포트폴리오

소속 전 이랜드 디자이너·박현숙
담당 업무 아동복 디자인
형식 디지털 매체로 제작 후 인쇄본 출력
제작 방법 북 바인딩
사용한 용지 인쇄용 용지

+ 합격 POINT 자신의 감성을 드러내는 포트폴리오 제작에 중점을 뒀다. 사이즈, 색깔, 디자인 등 겉으로만 보더라도 내가 전달하고자 하는 이야기가 잘 전해져야 한다. 아동복 디자인 포트폴리오였던 만큼 인쇄물에 레이스, 원단, 비즈를 덧붙여 제작했다. 컴퓨터만 사용하면 왠지 가벼워 보이는 느낌이 들어서 손으로 그리고 어느 정도 채색을 한 후 작업물을 스캔받아 포토샵으로 마무리했다. 포트폴리오 완성 후에는 제3자의 입장에서 본인의 포트폴리오를 보고 취약한 점을 보충할 것.





시각디자이너
합격 포트폴리오

소속 플러스엑스·윤지영
담당 업무 차앤박 화장품 홍보물, 동아제약 동아밴드 패키지 디자인 등
형식 PDF로 온라인 버전을 제작하고 인쇄본으로 출력 후 제본
제작 방법 잉크젯 출력 후 스프링 제본

사용한 용지 표지 > 플라이크 내지 > JJ 하이브리드 잉크젯 전용지

+ 합격 POINT 디자이너로서 본인이 갖고 있는 철학과 콘셉트를 확립한 후 작업을 진행하면 인상적인 포트폴리오가 될 것이다. 학교 작업의 비중도 중요하지만 개인이 작업한 작품도 플러스 요인이 될 수 있으니 참고할 것. 디지털 시대이니만큼 PDF를 아이패드 등 태블릿 PC에 담아 보여주는 방법도 선호하는 추세다. 사회 초년생이든 실무 경력자든, 포트폴리오를 만들 때 가장 중요한 건 '나를 어떻게 보여줄 것인가'에 대한 고민이다.



포트폴리오, 반드시 알아야 할 원칙

01 양보단 질이다
 포트폴리오를 만들 때 가장 유의해야 하는 건 바로 '욕심부리지 않기'다. 실제로 처음 포트폴리오를 만드는 학생들이 가장 많이 실수하는 부분이 이것이다. 많은 작품을 보여주고 싶은 마음에 포트폴리오의 구성이 흐트러지거나 전달하고자 하는 바가 명확해지지 않는 것. 포트폴리오에는 가장 자신 있는 작품을 최대 10개 정도만 선정해 구성하는 게 정석이다. 작품 수를 채우는 데만 연연하면 그만큼 약점도 잘 보이게 마련. 넘치는 것보다 못하다는 것을 잊지 말자.

02 논리대로 작업하라
 연대순 나열보다 작업 논리에 맞춰 배열하는 것이 좋다. 최신 작업이나 가장 마음에 드는 작품을 앞에 둘 것. 수많은 포트폴리오를 봐야 하는 면접관은 지원자의 모든 포트폴리오를 검토할 시간이 부족하다. 따라서 면접관의 눈을 사로잡을 수 있는 작품을 가장 앞에 두고, 작업 기간이 오래된 작품은 배제하는 것이 좋다.

03 이야기를 담아야
 포트폴리오에는 자신만의 이야기가 있어야 한다. 성장 과정이나 학교 활동 등 구구절절한 이야기를 적으려 하는 게 아니다. 작업 과정, 기획 의도 등 작품에 대한 이야기를 통해 자신이 전하고 싶은 내용을 담아야 한다. 만약 팀 프로젝트로 진행된 작품이라면 자신이 팀 내에서 담당했던 분야, 드러내고자 했던 점, 열정 등을 강조할 것. 결과만 보여주는 것보다 작업 과정이 담겨 있는 포트폴리오가 더 신뢰감 있어 보인다.

04 업그레이드하라
 뭐든지 시간이 지나면 변하게 마련이다. 포트폴리오 역시 마찬가지다. 최근 공모전에서 수상한 작품이 있거나 과제 등에서 자신 있는 작품이 있다면 틈틈이 모으고 주기적으로 포트폴리오를 업그레이드할 것.

05 공모전에 도전하라
 학생 신분으로 자신의 작품과 능력을 평가받을 수 있는 곳이 많지 않다. 공모전은 학생으로서 자신의 능력을 보여줄 수 있는 가장 좋은 수단이다. 수상 여부를 떠나 많은 공모전에 도전하라. 공모전에 참여할수록 포트폴리오가 두둑해질 것이다.

06 심플하게 제작하라
 지나치게 꾸며놓은 포트폴리오는 오히려 촌스러워 보인다. 겉보다는 내용에 충실하라. 하나의 포인트를 잡아서 심플하게 제작하는 것도 좋은 방법이다. 실무에 경험이 없다면 새로운 디자인을 어설피게 보여주는 것보다 기본에 충실한 것이 낫다.

07 A4 파일은 버려라
 선배 디자이너들은 'A4 파일은 사용하지 말라'고 한다. A4 파일에 출력물을 넣어 제작하는 것은 보기 불편할 뿐 아니라 눈에 띄지도 않기 때문이다. 그래도 A4 파일을 사용하고자 한다면 최소한 겉표지를 따로 포장하거나 꾸미는 등의 '예의'는 지킬 것. ①



① 디자인 정글(www.jungle.co.kr)
 월간 <디자인>이 신진 디자이너들을 대상으로 진행한 설문조사 결과, 디자인 정보를 얻기 위해 즐겨 찾는 웹사이트 상위권에 랭크되었다. 공모전, 전시행사, 취업 및 업체 정보를 살펴볼 수 있으며 포트폴리오, 졸업 작품 등 디자인에 관련된 자료들도 찾아볼 수 있다.

② 디자인DB(www.designdb.com)
 한국디자인진흥원이 국내 디자인 산업의 경쟁력 향상을 위해 만든 디자인 전문 포털 사이트다. 디자인 트렌드, 전략 정보, 공모전 소식 등 디자인에 관련된 정보를 제공한다. 실시간으로 전달되는 국내외 디자인 관련 뉴스, 디자인 개발에 필요한 이미지 및 연구자료 등 디자인 관련 데이터베이스가 풍부하다.

③ 디자인소리(www.designsori.com)
 국내외 디자인공모전 소식을 발 빠르게 전한다. 산업, 영상, 공간, 시각 등 다양한 분야의 공모전은 물론 해외 공모전까지 한눈에 볼 수 있다. 해외 공모전에 참가한 국내 수상자의 공모전 판별을 볼 수 있는 게 특징. 공모전 수상에 필요한 필승 전략도 나와 있다.

④ 비헨스(www.behance.net)
 현재 최대 규모의 디자인 네트워크를 구축하고 있는 디자인 커뮤니티다. 얼마 전 Adobe사에 인수되며 브랜드 파워를 입증했다. 전문화되고 손쉬운 포트폴리오 제작 환경을 제공하고 있고, 업로드되는 작품들의 퀄리티가 뛰어나 디자인 포트폴리오를 제작할 때 유용하다. 세계 각국 작가들의 작품 이미지를 볼 수 있고 나라별로 작가 검색, 태그 검색이 가능하다.

⑤ 로고엔캐릭터(cafe.naver.com/motiontree)
 2011년 네이버 대표카페로 선정된 디자인 커뮤니티로, 약 10만 명의 높은 회원 수를 자랑한다. 예비 디자이너는 물론 현직 디자이너도 가입되어 있는 이곳은, 디자이너만을 위한 취업 정보와 공모전 소식 등 알찬 정보를 제공한다.

⑥ 로고세상(cafe.naver.com/logosesang)
 2010년부터 2012년까지 네이버 대표카페로 선정된 디자인 카페. 즐겨 찾는 멤버만 8만 명 이상이며 총 회원 수만 약 41만 명에 달한다. 디자인 관련 정보를 얻을 수 있는 것은 물론 '디자인 공모전, 어디까지 해봤는가?', '디자이너가 사용하는 PC' 등 디자인과 관련된 재미있는 리서치 결과도 엿볼 수 있다.

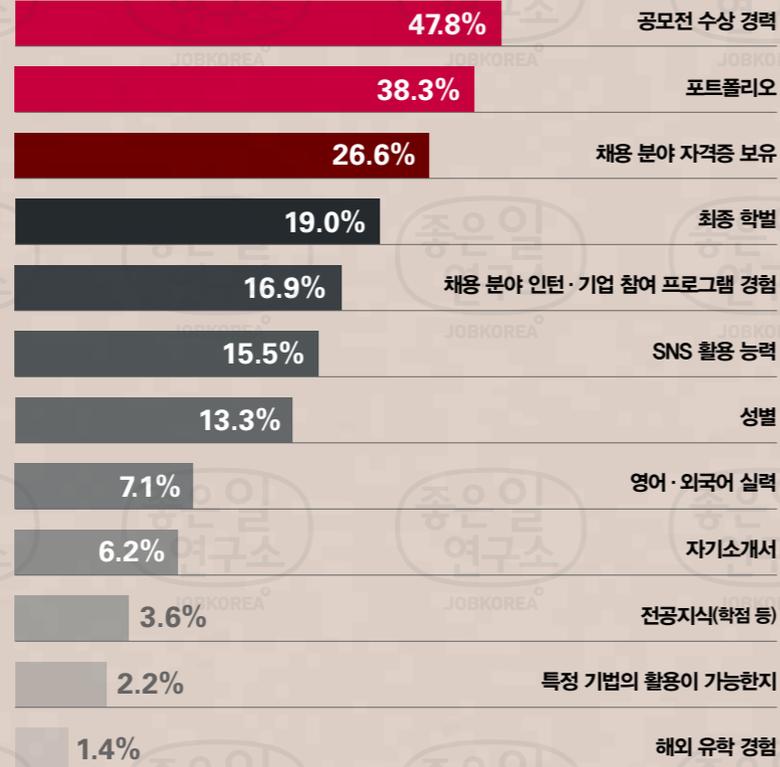
⑦ 인테리어 플랜(cafe.naver.com/finterior)
 4년 연속 네이버 대표카페로 선정된 '인테리어 플랜'은 인테리어 디자이너에게 실무에 가장 가까운 정보를 제공하는 곳으로 유명하다. 회원들이 직접 디자인한 공간 소개, 인테리어 디자인 트렌드를 짚어보는 공간 등 실내 디자인에 대한 알찬 정보가 가득하다.

⑧ F.D.G-Fashion Designer Group(cafe.daum.net/gioamicafe)
 Made in Korea 패션발전협회 이사이자 서울종합예술학교 패션예술학부 겸임교수인 이기오 디자이너가 운영하는 패션 디자인 커뮤니티. 흔히 '패디모'로 불리는 이곳은 예비 디자이너와 현직 디자이너의 정보 교류가 매우 활발한 편이다.

신입 디자이너 채용 학벌·토익 필요 없다 '실전 감각'이 최고!

신입 디자이너가 되려면...

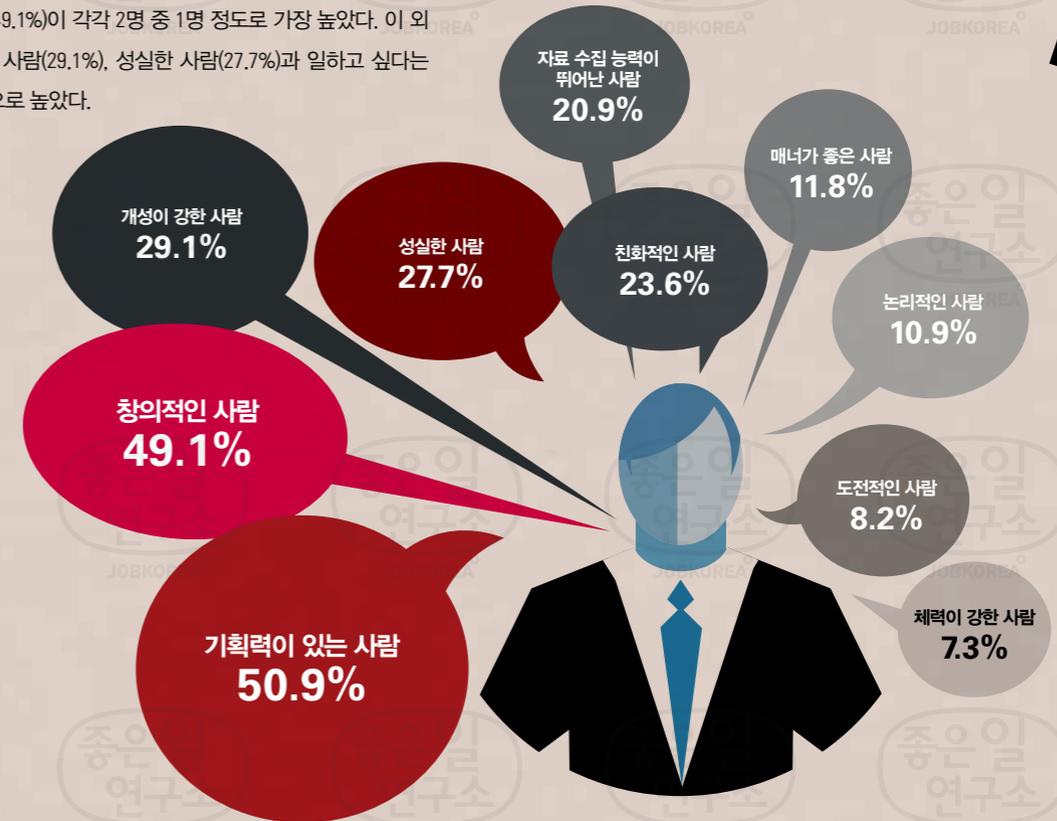
디자이너를 채용하는 기업 504곳의 인사담당자에게 <신입 디자이너 채용 시 평가 요인>에 대해 조사한 결과, 공모전 수상 경력(47.8%)을 중요하게 본다는 답변이 가장 높았다. 이어 포트폴리오(38.3%)와 채용 분야 자격증 보유(26.6%) 여부 등 '실전 감각'이 있는 사람을 선호하는 경향이 높았다.



포트폴리오는 대부분의 기업에서 필수(82.4%)로 요구했다. 포트폴리오 형태는 디자인 파일(서류 59.6%)을 선호하는 곳이 절반 이상으로 많았으나, 직접 만든 CD(17.6%)나 웹사이트(블로그 등 11.8%)를 선호하는 곳도 일부 있었다.

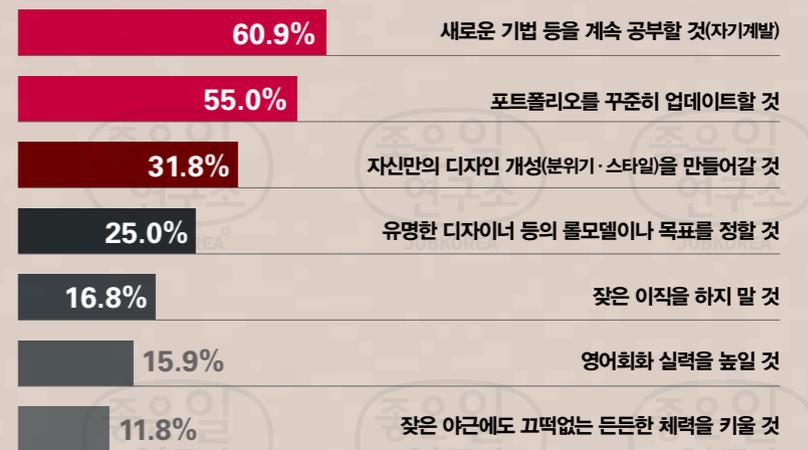


뽑고 싶은 신입 디자이너 유형으로는 기획력이 있는 사람(50.9%), 창의적인 사람(49.1%)이 각각 2명 중 1명 정도로 가장 높았다. 이 외에 개성이 강한 사람(29.1%), 성실한 사람(27.7%)과 일하고 싶다는 답변도 상대적으로 높았다.



디자이너로 살아남으려면...

이들 인사담당자는 디자이너로 커리어를 쌓아 나가고 싶다면 새로운 기법·지식에 대해 계속 공부하고(60.9%) 포트폴리오를 지속적으로 업데이트하라(55.0%)고 조언했다.



이거 없으면 안 돼~ 남녀 디자이너가 뽑은 필수 아이템 BEST 5



1위 스마트폰

남성 디자이너들이 뽑은 필수 아이템 1위는 스마트폰이었다. 업무와 관련한 아이디어를 실시간으로 수집할 수 있고 또 시간과 장소에 상관없이 메일을 주고받기 위해서는 스마트폰이 꼭 필요하다는 의견이었다.

2위는 러닝화. 여기저기 바쁘게 뛰어다니거나 또는 사무실에 장시간 머물며 일할 경우 러닝화만큼 편한 신발이 없기 때문.

남성 디자이너들이 업무와 관련해 꼭 필요하다고 꼽은 아이템 3위는 비타민이다. 잦은 야근과 바쁜 일상으로 식사를 챙길 수 없다면 비타민이라도 챙겨 먹어서 컨디션을 유지해야 하니까!

4위는 향수다. 그래도 명색이 디자이너인데~ 패션의 완성을 향수로 마무리하는 것은 아닐까?

남성 디자이너들의 필수 아이템 5위는 만년필이다. 사실 만년필은 상징적인 아이템에 가깝다. 책상 위에 날렵한 만년필이 하나 꽂혀 있으면 없던 아이디어도 마구 솟아날 것 같구나 뭐라나~



2위 러닝화



3위 비타민



4위 향수



5위 만년필

창의적인 결과물을 만들어내기 위해 고군분투하는 디자이너. 힘든 작업 과정을 소화하는 데 있어 그들에게 꼭 필요한 아이템은 무엇일까? 잡코리아 좋은일 연구소가 남녀 디자이너 608명에게 주관식으로 질문했다. '디자인 업무를 할 때 가장 필요한 아이템이 무엇인가요?' 이.럴.수.가. 디자이너들이 뽑은 필수 아이템만 큼 좀 색다르고 개성 있는 물건들이 나올 줄 알았다. 하지만 남녀 모두 소박한 아이템들을 뽑았다.



1위 미스트

그렇다면 여성 디자이너들이 선택한 필수 아이템들은 무엇이 있을까?

1위는 미스트다. "건조한 사무실에 오래 있으면 얼굴이 째 째 갈라지는 기분이예요. 그럴 때 미스트는 나에게 생명수와 마찬가지로~"

여성 디자이너에게 필요한 아이템 2위는 핸드크림이다. 드로잉을 하든, 마우스질을 하든, 재봉을 하든, 어떤 분야의 디자이너건 손을 많이 쓰긴 마찬가지. 혹사당하는 그녀들의 손을 보호해줄 핸드크림이 여성 디자이너 필수품 2위에 올랐다.

3위는 트렌디한 숄더백이다. 여러 가지 물건을 많이 담을 수 있고 또한 캐주얼 의상에도 어울리는 숄더백이야말로 여성 디자이너들의 필수 아이템.

4위는 머리띠다. 디자이너 하면 세련된 옷차림에 정성 들여 손질한 머리스타일을 고수할 것 같은가. 절대 No!!! 야근하는 디자이너들을 살펴보면 머리띠로 올백 스타일을 하고서 심지어 화장까지 지우고 일하는 경우가 많다. 어우~ 이마에 난 뽀루지, 턱 밑까지 내려온 다크서클 어쩔 거야~~~

여성 디자이너들의 필수 아이템 5위는 스마트폰이다. 남성 디자이너들과 마찬가지로 필요한 정보를 재빠르게 수집할 수 있기 때문. ①



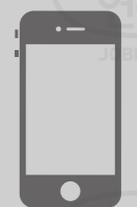
2위 핸드크림



3위 트렌디한 숄더백



4위 머리띠



5위 스마트폰

디자인의 블루오션을 창조하라

손주현

Kimberly-Clark
Global Innovation Center 디자인팀장,
연세대학교·이화여자대학교 외래교수,
서비스디자인협회 이사
sonjoo@naver.com



잡코리아 좋은일 연구소로부터 '현대 사회에서 디자인의 중요성과 앞으로의 전망'이라는 주제의 기고를 부탁받고 깊은 고민에 빠졌었다. 필자는 기업 현장에서 글로벌 기업의 디자인팀 팀장이자 대학에서 디자인을 가르치는 교육자로서만 디자인의 중요성과 디자인의 잠재적 영향력, 발전 가능성 등에 대해 역설해왔다. 그런데 이에 비해 취업이라는 범주에서만 보았을 때 필자가 실제 기업 현장과 학계에서 느낀 현실은 구직자들에게 그리 낙족지는 않았기 때문이다. 그렇다면 디자인에 대한 장밋빛 전망과 디자이너로서의 취업이라는 현실 간 온도 차는 과연 어디에서 오는 것일까? 그리고 그 차이의 극복 방안은 무엇일까?

디자인의 중요성 및 미래 전망

현대 사회에서 디자인의 중요성은 굳이 설명하지 않아도 누구나 공감하는 바일 것이다. 특히 국내 기업들 중 디자

인 혁신을 통하여 브랜드에 가치를 더하며 글로벌 경쟁력을 확보한 다수의 사례가 있으며, 산업뿐만 아니라 의식주를 비롯해 주변에 디자인이 스며들지 않은 곳이 없다. 전통적인 산업디자인이나 시각디자인 외에도 IT 기술의 급격한 발전 및 스마트폰의 등장과 함께 UI(User Interface)와 UX(User Experience) 디자인이 급부상했고, 최근에는 무형의 경험이나 서비스까지도 디자인하는 서비스디자인이 주목받고 있다. 그렇다면 디자인의 미래 전망은 어떠한가?
세계적 마케팅의 대가라 불리는 필립 코틀러(Philip Kotler)는 새로이 변화하는 시대를 '마켓 3.0'이라 명명했다. 그는 제품을 개발해 판매만 했던 '마켓 1.0'과 고객 만족 및 제품 차별화를 통한 소비자 지향의 '마켓 2.0'을 지나, 이제는 가치 주도의 '마켓 3.0'에 이르렀다고 말한다. 또한 그는 '마켓 3.0'을 일으킨 세 가지 중요한 영향력으로 'SNS(Social Network Service)로 대표되는 참여의 시대', '세계화라는 패러독스의 시대', '창의적 사회의 시대'를 꼽았다. 또한 그는 '창의적 사회의 시대'에는 과학, 예술, 전문 서비스 등과 같은 창의적 부문에서 일하는 우뇌형 인간들이 부상할 것이라 예측했다.
이와 같은 맥락으로, 세계적인 미래학자 다니엘 핑크(Daniel Pink)는 그의 저서 『새로운 미래가 온다(A Whole New Mind)』를 통해 인류는 농경 시대, 산업화 시대, 그리고 정보화 시대를 거쳐 IT 기술 기반의 자동화, 아시아를 축으로 하는 세계화, 물질적 풍요라는 힘에 의해 '하이컨셉'과 '하이터치'의 시대가 다가오고 있다고 했다. 그는 '하이컨셉'은 예술적, 감성적 아름다움을 창조하는 능력을 말하며, '하이터치'란 간단히 말해 공감을 이끌어내는 능력이라 했다. 또한 '미래 인재의 6가지 조건'으로 ▲디자인 ▲스토리 ▲조화 ▲공감대 형성 ▲유희 ▲이미 부여 등을 들었다.
위와 같이 유수의 세계적 석학들은 앞으로 미래는 창의성이 주도하는 사회가 될 것이라 예측하며 디자인의 중요성과 밝은 전망에 대해 강조하고 있다. 하지만 이와 같은 디자인에 대한 중요성이나 장밋빛 전망과는 달리 디자이너로서 맞닥뜨리게 되는 구직의 현실은 다소 거리가 있다.

디자이너로서 취업의 현실과 디자인의 범용화

통계청에 따르면 지난해 청년층 고용률은 40.4%로 전체 고용률(59.4%)에 크게 못 미쳤다. 이마저도 사실 비정규직이 많고, 이로 인해 한때 'N세대(정보화 세대)'라 불리며 촉망받던 20대 청년들이 비정규직의 평균 임금을 뜻하는 '88만 원 세대' 혹은 구직난에 인턴 생활로 내몰린 '인턴세대'로 전락하는 결과가 초래되기도 했다. 이는 미국과 중국 등 국내외를 막론하고 비슷한 실정이다.
국내 디자인계의 사정은 사실 더 열악하다. 2009년 한국디자인진흥원(KIDP)의 발표 자료에 따르면, 대학에서의 디자인 전공자 배출자는 매년 2만 4천 명 규모로서 약 5만 5천 명 수준의 국내 디자이너 전체 고용 규모에 비해 지나친 공급 과잉이 지속되고 있다. 또한 2011년 지식경제부의 R&D 전략 기획단이 발표한 보고서에 따르면, 한국 기업 중 디자이너 활용 기업은 영국의 33% 수준에 한참이나 못 미치는 5.6%라고 한다. 즉, 현재 국내 전체 디자인 인력의 절반에 가까운 2만 4천 명의 신규 인력이 전국 240여 개 디자인 대학에서 매년 배출되고 있는 반면, 이들을 고용할 수 있는 기업은 매우 국한되어 있다고 할 수 있다.
이 같은 디자인 시장의 수요와 공급의 불균형이 디자이너의 임금 저하, 디자인 업계의 영세화, 그리고 디자인 수준 저하와 같은 악순환의 고리로 이어지고 있다고 한다. 이를 증명하듯 근래 '디자인'이라는 말만큼 남용되는 단어도 드물다. 디자인이라는 말이 안 붙는 곳이 없고, 다양한 분야의 디자이너들도 넘쳐난다. 하지만 '의식주를 비롯한 우리 생활 전반에 디자인이 없는 곳이 없다'라는 말만으로 디자인의 중요성과 필요성에 대해 이야기하는 것은 어찌 보면 순진한 접근이라 생각한다. 대부분의 경우 디자인은 단순히 외관을 아름답게 차별화한다는 협의로 해석되어 사용되고 있으며, 그 같은 디자인의 테크닉적인 측면은 쉽게 모방될 수 있기에 디자인을 통한 외관의 차별화는 이미 기본적 경쟁 요소가 되었다. 결국 디자인의 범용화로 나타난 것이다. 위에서 언급한 디자이너의 수요 공급 불균형과 디자인 범용화가 바로 디자인 및 디자이너의 가치 하락에 있어 주원인이라 할 수 있다.

Behind Story

재미로 보는 디자인

새로운 창조성을 요구받는 시대

그렇다면 디자인의 밝은 전망과 당면한 디자인계의 문제점은 어떻게 극복해야 하는 것일까?

세계적인 디자인 컨설팅 회사 IDEO의 CEO인 팀 브라운은 “사실 현실에 당면한 과제가 아무리 심각해도 인간이 보유하고 있는 창조성을 압도하지는 못한다”고 했다.

오래 디자이너라고 하면, 일반적으로 미대를 졸업한 그림 잘 그리는 사람으로 오해받기 쉽다. 그러나 그림을 잘 그리는 사람은 화가이지 디자이너는 아니다. 디자이너의 시각화와 조형화는 강력하고 차별화된 능력이기는 하나, 디자이너의 여러 능력 중 하나일 뿐이다. 사실, 기업에 기여할 수 있는 바람직한 디자이너상은 자신 혹은 남의 생각(소위 콘셉트)을 잘 그려내는(시각화 및 구체화를 잘하는) 사람이다. 그러기 위해서는 소비자에 대한 깊은 이해와 통찰 그리고 직관뿐만이 아닌 논리를 바탕으로 한 차별화된 시각과 혼란한 정보 속의 패턴을 찾고, 관계없어 보이는 것들을 연결하여 생각하고 실행하는 ‘Design Doing’과 더불어 ‘Design Thinking’까지 통합하는 능력의 향상이 필요하다.

사실 지금까지 많은 노력에도 불구하고 격변하는 경영 환경에서 디자인계는 변화하는 시대적 요구 사항을 효과적으로 반영하지 못해왔다. ‘마켓 3.0’이나 ‘하이컨셉’과 ‘하이터치’ 시대의 도래는 많은 디자이너들에게 변화와 도전의 기회이다. 필자가 경험한 바로는 현재 국내 디자인계의 인적 자원은 질과 양 모두 그 어느 때보다 뛰어난 경쟁력과 잠재력을 보유하고 있다. 일부 대기업들이 디자인을 통한 제품 리더십과 글로벌 경쟁력을 확보하여 많은 성공 사례를 만들고 있으며, 수많은 한국 디자이너들이 국내에서 뛰어난 활약을 보이고 있다. 하지만 우리 디자인계가 당면한 근본적인 구조적 문제를 해결하기 위해서는 직관과 논리가 적절히 조화를 이룬 지금까지와는 다른 차원의 창조성으로 새로운 디자인의 수요, 즉 디자인의 블루오션(Blue Ocean)을 창출해야 한다.

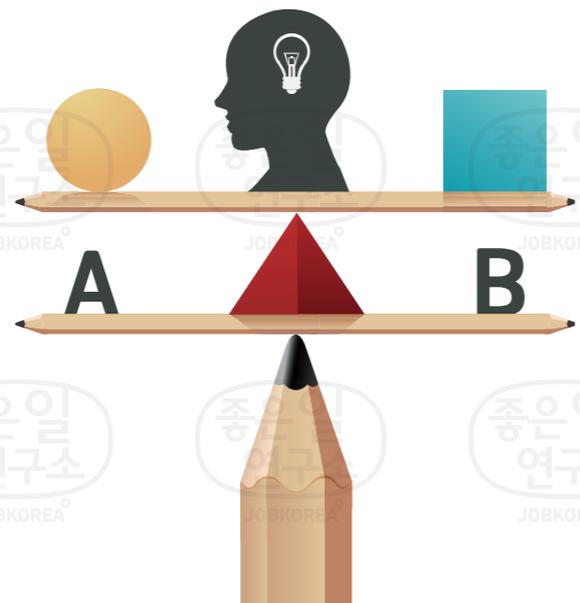
결과가 아닌 과정을 벤치마킹하라

끝으로, 이 글을 읽는 예비 디자이너들에게 최근 접한 여

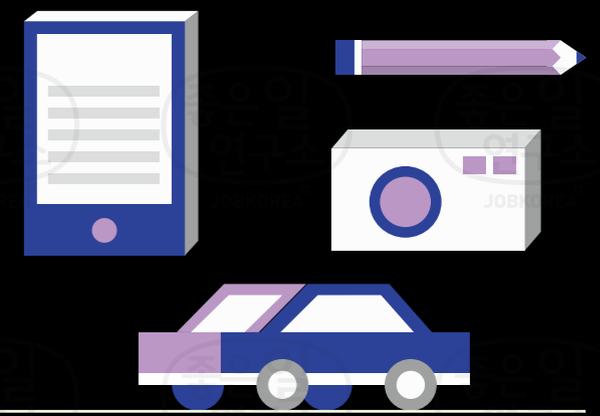
러 가지 취업 관련 조언 중 현실에 가장 도움이 될 만한 실질적 조언 두 가지를 곁들이고자 한다.

첫째, 롤 모델을 찾고, 결과보다는 과정을 벤치마킹(Benchmarking)하라. 최근 세간의 화제가 되고 있는 <김미경 쇼>에서는 꿈이 시키는 일을 하는 사람, ‘드림 워커(Dream Worker)’들을 초대하여 매회 그들의 이야기를 듣는다. 그 쇼의 호스트인 김미경 강사는 많은 사람들이 롤 모델을 벤치마킹할 때 주로 현재의 모습과 결과를 따라 하는 경향이 있는데 그것은 올바른 벤치마킹이 아니며, 그 롤 모델의 현재 모습과 결과가 나오기까지의 과정을 벤치마킹하는 것이 올바른 방법이라 말하기도 했다.

둘째, 100세 시대를 대비한 긴 안목으로 취업을 준비하라. 모 신문의 ‘유망 직종 좇지 말고 직업을 창조하라’ 인터뷰 기사 주인공인 김병숙 경기대 교수는 “100세 시대에는 직업을 7~8번 바꿀 각오를 해야 한다”고 강조한다. 김 교수는 “‘유망 직종’을 전망하는 것은 더 이상 의미 없는 시대가 됐다”고 말하면서, “6개월, 1년 단위로 확확 바뀌는 사회 시스템은 직업 세계의 미래를 예측하기 어렵게 만들었다. 미래는 1, 2, 3차 산업의 경계가 사라지고 서로 융합된 직업들이 보편화될 것이다. 유망 직종이라는 신기루에 사로잡히지 말고 당신 스스로 직업을 창조하라”는 조언을 남겼다. 이제 예비 디자이너들은 긴 안목을 가지고 자신의 디자인에 대한 꿈과 디자이너로서의 목표를 올바르게 벤치마킹해야 할 것이다. 그리고 이를 통해 한 차원 더 높은 안목을 지닌 디자이너로 성장하길 응원한다. ①



- 디자인 직업의 세계 그들만의 용어 ··54
- 디자이너들이 뽑은 최고의 디자인 & 디자이너 ··56
- 디자인 뿌리를 찾아서 ··58
- 우리를 힐링해주는 ‘위로의 디자인’ ··60



외래어가 유난히 많은 '디자인 은어'

디자인 업계는 외래어 사용이 잦은 편이다. 특히 편집·출판 업계는 디자인·인쇄와 관련해 사용하는 용어 대부분이 일본어에서 출발한 외래어다. 가장 많이 사용하는 용어 몇 가지를 알아보자.

◆ 편집·출판·광고 디자인 ◆

누끼 패스를 땀 이미지

블리드(bleed) 잡지나 서적, 카탈로그 등을 구성할 때 사진이나 일러스트 등을 지면 가득하게 레이아웃하여 바깥으로 사진이 나가도록 하거나 지면보다 넘치게 하여 자르는 것

섬네일(thumbnail) 아이디어 발상에 따라 스케치하는 것

슈퍼그래픽(super graphic) 확대된 거대한 그래픽. 벽면 가득 거대한 그림을 그려 넣는 그래피티(graffiti)가 이에 해당

콤프(comprehensive) 다른 사람에게 디자인 제작 의도를 정확히 알리기 위해 충실하게 묘사된 그림. 주로 광고 제작 시 사용됨

픽토그램(pictogram) 그림문자, 그림언어라고 불리기도 하는 그래픽 심벌을 말함

꼭지 내용 중 한 칼럼이나 챕터

스프레드(spread) 주로 잡지디자인이나 광고디자인에서, 양쪽에 걸쳐 연결되어 펼쳐지는 이미지나 텍스트

훈스리·훈즈리 교정 프린트. 인쇄물의 교정이 끝난 뒤에 뽑아보는 인쇄물. 교정인쇄에 대한 상대적 용어

세네카·책등 책이 접힌 부분의 뒤쪽을 말함

하시라 책이나 잡지 등의 면주 또는 쪽 표제를 말함. 페이지 번호나 서명이 작게 들어가는 곳

도비라 단행본 도서의 중제목·소제목 타이틀 페이지로 파트를 나누거나 섹션을 나눌 때 구분되는 지면. 단행본의 경우 도서명이 주로 쓰이는 내지 첫 페이지를 '대도비라', 도서명과 저자, 로고 등이 들어가는 세 번째 페이지 정도를 '소도비라'라고도 함

면지 단행본의 곁장(표지)과 대도비라 사이에 들어가는 빈 페이지로, 주로 아무것도 적지 않음

날개 표지나 내지에 이어져서 접히는 부분. 표지 뒷장으로 접히면 표지날개, 내지에 이어지면 내지날개. 뒤 표지에 이어져 안으로 접히는 부분은 뒷날개라 함

하리꼬미 인쇄할 때 필름을 모아서 붙이는 것. 한 장 한 장을 전지에 한꺼번에 붙이는 것을 말함

CTP 필름 없이 바로 인쇄하는 방법

동판을 뜬다 인쇄를 위해 만든 동판에 잉크가 묻도록 하는 것

오시 책이 접히는 부분에 쉽게 접힐 수 있게끔 선을 하나 넣어주는 것

아미 색을 연하게 쓰는 것(검은색 잉크를 회색으로 보이게끔 인쇄하는 것)

종팀 기사 마감하는 조

◆ 패션·그래픽·UX 디자인 ◆

라메 금실이나 은실 등을 말함

메로우 컬러 부드럽고 달고 익었다는 의미로, 채도가 낮은 소프트한 색조

패드(fad) 적은 수의 집단에게 받아들여져 짧은 기간 유행하는 스타일

시나리오(scenario, UI scenario) '사용자가 어떤 식으로 디지털 제품을 사용하는 상황이다'라는 측면에서 UI문서를 지칭할 때 사용. 글로만 장황하게 설명하기도 하고, 화면과 그림으로 함께 설명하기도 함

블루프린트(blueprint) 청사진. 건축업계에서는 설계도라는 개념으로, UX디자인 업계에서는 UX문서를 지칭할 때 사용하는 사람들이 많음

고미 일본어 '구미'가 바른말이며, 사이즈별 또는 컬러별로 구색을 갖춰놓은 묶음

깔 색깔의 줄임말

단가라 줄무늬

무지 단색

아도 매장에 남아 있는 상품을 전부 사는 것으로, 도매상과의 거래에 사용되는 말

플립북(Flipbook) 책장을 빠르게 넘기면 그림이 움직이는 듯 보이는 것처럼 인터페이스의 장면 장면을 매 페이지에 그리고 그 흐름을 볼 수 있다는 의미로 사용

프로토타이핑 웹사이트의 모든 또는 일부 기능들을 사용자들과 함께 만들어내거나 테스트하는 행위

테스크플로우 사용자들이 웹사이트를 돌아다니며 취하는 경로나 과정을 보여주는 지표 ①



디자이너가 뽑은 최고의 디자인 & 디자이너

현직 디자이너들에게도 '로망'의 디자인은 존재하게 마련. 여기, 현직 디자이너들이 꼽은 최고의 디자인과 디자이너를 공개한다. 예비 디자이너를 꿈꾸는 당신에게 최고의 디자인은 무엇인가?

본 기사는 3월 12일~25일(총 14일)에 걸쳐 잡코리아 좋은일 연구소에서 실시한 설문조사와 디자이너 개별 취재를 바탕으로 작성되었습니다.

디자이너가 선택한 최고의 디자인은?

1 애플 iPhone

많은 디자이너들이 애플사의 아이폰을 최고의 디자인으로 꼽았다. 군더더기 없는 심플함이 최고의 디자인으로 선정된 주된 이유였다. 아이폰은 2007년 6월 출시된 '아이폰 3G'부터 가장 최근에 선보인 '아이폰 5'까지 큰 화면에 홈버튼 하나로 구성된 단순한 디자인을 고집하고 있다.



2 영화 <아바타>

한국을 비롯해 전 세계에서 역대 가장 흥행한 영화 1위 <아바타>. 2009년 개봉한 이 영화는 제82회 아카데미 시상식에서 촬영상, 미술상, 시각효과상 등 주요 기술효과 부문에서 모두 수상했을 정도로 아름다운 색채와 자연스러운 CG가 인상적이다. '영화계의 새로운 지평을 열었다'는 극찬을 받기도 했으며, 3D 미디어 산업의 활성화에 큰 공을 세운 영화로 기록되었다.



3 코카콜라 유리병

코카콜라를 멀리서도 한눈에 알아볼 수 있는 이유는 로고와 병 디자인 때문이다. 하지만 초창기 코카콜라 유리병은 일반 병맥주와 별반 다르지 않았다. 다른 소다 음료수와 판매 면에서 차이가 나지 않자 차별성 있는 디자인이 필요하다고 판단, 병 디자인을 리뉴얼하게 되었다. 그리하여 몇 번의 리뉴얼을 거친 끝에 1915년, 허리가 속 들어간 코카콜라 병이 탄생하게 되었다고 한다. 영국의 현대 디자이너 스티브 베일리는 코카콜라 유리병을 '시간을 뛰어 넘는 산업 디자인의 걸작'이라 표현하기도 했다.



4 CHANEL No.5

1921년 출시된 샤넬 No.5는 당시 독특한 향으로 인기가 높았지만 현대적인 병 디자인으로도 주목을 받았다. 화려한 장식 없이 심플한 사각 형태를 취하는 게 특징. 샤넬 No.5의 이 심플한 디자인은 90여 년이 지난 지금 보아도 고급스럽다.



5 현대카드

최근 카드사들은 디자인에도 신경 쓰는 추세다. 그 대표적인 사례가 바로 현대카드. 현대카드는 지난 몇 년간 미니카드, 잇카드(it card) 등 혁신적인 카드 디자인을 선보였다. 특히 최근에 출시된 제로(ZERO)카드는 뒷면의 마그네틱 라인을 숨기고 해당 카드의 핵심 서비스를 디자인하는 등 현대카드에서 추구하는 디자인을 단적으로 보여주고 있다.



6 알레시 '쥬시 살리프(Juicy Salif)'

프랑스 스타 디자이너 필립 스타크가 디자인한 제품으로, 알레시의 아이콘으로도 유명하다. 거미를 연상시키는 이 제품은 오렌지 스queezer. 일반 오렌지 스queezer에 비해 몇 배 비싼 이 제품은, 비싼 가격에도 불구하고 꾸준한 인기를 얻고 있는데 그 비결은 바로 디자인이다. '쥬시 살리프'는 디자인이 뛰어난 전사용이나 소장용으로도 활용되고 있으며, 예술과 디자인의 경계를 잘 표현한 디자인으로 인정받고 있다. ①

디자이너가 선택한 최고의 디자이너는?

이상봉 (Lee Sang Bong)	마크 제이콥스 (Marc Jacobs)	가브리엘 샤넬 (Gabrielle Chanel)	프랭크 게리 (Frank Gehry)
세계 패션의 중심 파리에서 열리는 프레타포르레 컬렉션에 참여해 한국의 아름다움을 알리고 있는 대한민국 대표 디자이너. 우리의 대표 고유문화인 한글을 패션과 접목시킨 디자인을 선보여 '국민 디자이너'로 불리고 있다.	미국 브랜드 마크 제이콥스의 디자이너이자 프랑스 명품 브랜드 루이비통(louisvuitton)의 아트디렉터. 지난 2010년, 미국 타임지가 선정한 '올해의 가장 영향력이 높은 인물 100인'에 선정되었으며, 패션계의 권위 있는 상인 CFDA상을 두 차례 수상한 바 있다. 매 시즌 감각적이고 창의적인 디자인을 선보이며 디자이너들에게 찬사를 받고 있다.	별칭인 '코코' 샤넬로 유명한 프랑스 디자이너로서 여성 패션의 선구자로 불린다. 샤넬은 화려함보다 단순하고 실용적인 디자인을 선보이며 여성들을 답답한 코르셋이나 긴치마에서 벗어나게 했다. 두 개의 C자가 서로 대칭적으로 맞물려 있는 샤넬의 로고는 단조로움을 추구한 샤넬의 디자인 철학이 고스란히 담겨 있다.	'건축은 예술'이라는 디자인 철학으로 저렴한 재료를 이용해 조각 같은 건물을 건축한 캐나다 출신의 미국 건축 디자이너. 프라하 ING 사옥, 빌바오 구겐하임 미술관, 로스앤젤레스 월드 디즈니 콘서트홀 등을 건축했으며, 1989년에는 건축학계가 주는 최고의 상인 프리츠커상을 수상했다.

디자인의 뿌리를 찾아서

THE HISTORICAL ART FORM

WESTERN ART HISTORY

서양 미술사

LET'S STUDY ART HISTORY

디자이너는 작은 점 하나와 색상 한 가지에서도 영감을 떠올릴 수 있는 능력이 필요하다. 사람이 고전을 통해 삶의 깊이를 통찰하듯, 디자이너는 미술사를 통해 디자인의 깊이를 더할 수 있다.

인상주의 IMPRESSIONISM

19C 중반



1866

피리 부는 소년
마네
배경도 없다. 하지만 평범하지 않다. 강렬한 색을 통해 인물을 도드라지게 표현했기 때문이다.



1873

인상:해돋이
모네
빛에 따라 변화하는 색채에 대해 연구했다.



1884

그랑드 자트 섬의 일요일 오후
쇠라
오로지 원색의 점만을 찍어 표현했다.
1885
최초의 자동차 발명



1889

별이 빛나는 밤
고흐
소용돌이치는 별빛, 고흐가 정신병원에서 그린 작품이다.



1892

디방 자포네
로크레크
'디방 자포네'는 몽마르트 거리에 있는 주점의 이름. 주점을 선전하는 포스터가 예술작품이 되었다.



1907

입맞춤
클림트
금빛은 황홀하기까지 하다. 하지만 낭떠러지 위의 사랑이 언제 끝날지 모르는 위태로움을 보여주고 있다.



1893

절규
몽크
내면의 불안감을 표현했다.



1907

아비뇰의 아가씨들
피카소
원근법이 아닌 사물을 개별로 쪼개어 정육면체, 원통, 원추 등을 통해 입체적으로 바라봤다.

1914
1차 세계대전



1917

샘
뒤상
뒤편이 예술이 될 수 있다. '나는 이 물건을 골랐고, 물이 솟는 '샘'이라고 이름 붙여 새로운 예술품으로 창조했다.' 뒤상 알.

1939
2차 세계대전
1950
한국전쟁



1953

콜롬드
마그리트
현실을 신비롭게 표현했다. 데페이즈망 기법을 사용한 것. 쉽게 말해 합성.



1962

20명의 마릴린
앤디 워홀
팝아트의 선구자. 대중미술과 순수미술의 벽을 허물었다. 일상을 예술로 표현함.
1962
마릴린 먼로 사망
1963
존 F. 케네디 암살



1964

행복한 눈물
리히텐슈타인
만화 같은 그림. 만화를 예술의 경지로.

고대 · 중세 미술 ANCIENT-MIDDLE AGES ART

B.C. 30000~13C



B.C. 30000

빌렌도르프의 비너스
인류 최초의 미술품.

선사시대



B.C. 15000

라스코 동굴 벽화
세계에서 가장 오래된 그림.
B.C. 427
플라톤 탄생
B.C. 384
아리스토텔레스 탄생



B.C. 200

밀로의 비너스
밀로섬에서 농부가 밭을 갈다가 발견. 그리스는 인간 중심의 문화다. 그래서 인간의 몸을 주제로 한 작품이 많다.

476
로마제국 멸망



1225

고딕 양식(13세기 변창)
장미의 창
고딕 양식을 대표하는 프랑크 샤르트르 대성당에는 '장미의 창'을 비롯해 176개에 이르는 스테인드 글라스가 있다.
고딕 양식(13세기 변창)

바로크 · 로코코 BAROQUE-ROCOCO

17C~18C



1656

시녀들
벨라스케스
주인공인 어린 공주는 마르가리타 공주. 거울에 비친 왕과 왕비 그리고 붓을 들고 있는 화가 자신.



1665

진주 귀고리를 한 소녀
베르메르
자신을 부르는 소리에 뒤를 돌아보는 여인의 모습. 생동감이 넘친다.

1789
프랑스혁명

신고전주의 NEO-CLASSIC

18C 후반~19C 초반



1793

마라의 죽음
다비드
프랑스혁명의 정치가 마라의 죽음을 애도한 작품.

1804
나폴레옹 전쟁



1814

그랑 오달리스크
앵그르
부드러운 곡선을 통해 여인의 아름다움을 더했다. 하지만 대칭이 맞지 않는다. 팔과 허리는 길고 발도 좌우 구분이 힘들다. 여기에는 작가의 주관적 의도가 숨어 있다.

르네상스 RENAISSANCE

14C~16C



1434

아르놀피니의 결혼
에이크
붓칠의 흔적도 찾을 수 없을 정도의 정교함을 보여줌.



1485

비너스의 탄생
보티첼리
신화의 이야기를 상상력으로 표현했다. 왼쪽은 바람의 신 '제피로스' 오른쪽은 176개에 이르는 스테인드 글라스가 있다.
1492
콜럼버스 신대륙 발견



1494

최후의 만찬
다빈치
예수가 '너희 중 하나가 나를 팔리라고 말하자 모두 놀라고 있다. 좌측 네번째가 예수를 판 '가룟사람' 서양에서는 숫자 13을 싫어한다.



1501

다비드
미켈란젤로
조각상의 키는 무려 5미터.
1517
루터의 종교개혁
1533
칼뱅의 종교개혁



1538

우르비노의 비너스
티치아노
마네의 작품. 올랭피아의 모토.

사실주의 REALISM

19C 중반



1849

돌을 깨는 사람들
쿠르베
노동자들의 피곤한 일상생활을 사실적으로 표현.
1851
최초의 만국박람회
1856
정신분석학자 프로이트 탄생



1857

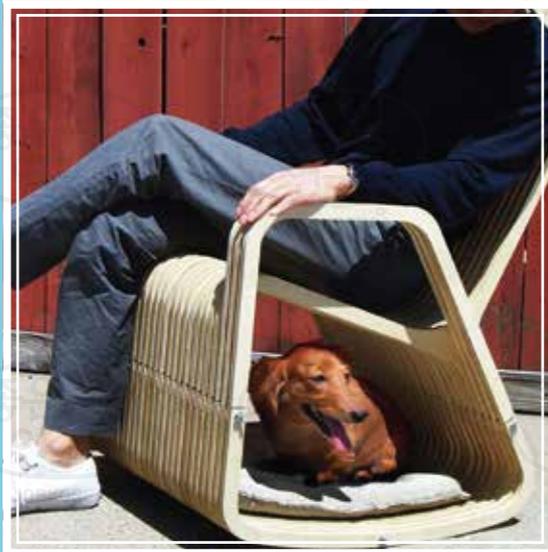
만종
밀레
만종은 저녁에 울리는 종소리를 얘기한다. 카톨릭 신자들은 아침, 점심, 저녁 세 번 종소리에 맞춰 기도를 올렸다.

20세기 미술 20TH CENTURY ART

20C

디자인 '힐링'

디자인이 지닌 수많은 매력 중 하나는 사람의 감성을 담아낼 수 있다는 것. 여기 우리에게 위로와 위트를 전하는 '착한 디자인'이 있다. 각기 다른 모습을 지니고 있는 이 작품들은 보는 이에게 '감정'을 전한다는 분명한 공통점을 가지고 있다. 자료 사진 출처 『위로의 디자인』(2013, 지콜론북)



록킹투게터 체어

반려동물과 함께 즐길 수 있도록 디자인된 흔들의자. 의자 밑 작은 공간에서 반려견이 편안하게 휴식을 취하고 있는 모습이 매우 인상적이다. 덩치가 큰 반려동물은 어떻게 사용하냐고? 의자의 몸체 높낮이를 움직일 수 있어 반려동물의 크기에 맞게 공간 조절이 가능하다. designed by 풀규튼



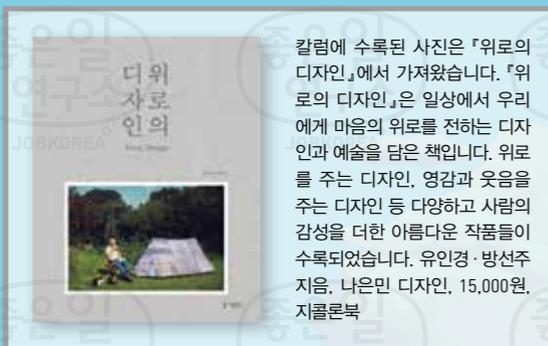
Land of Giants

두 팔을 벌리고 서 있는 사람의 형상을 하고 있는 이 작품은 송전탑이다. 이 송전탑은 형상만 독특한 것이 아니다. 전선이 언덕으로 올라갈 때 철타는 '자세'를 바꾸기도 한다고. 딱딱하기만 했던 송전탑도 이렇게 아름답게 변할 수 있다니! 이것이 바로 디자인의 힘이 아닐까? designed by 최앤사인아키텍츠



닥터 하드 드라이브 백

링거 형태의 하드 드라이브. 안티바이러스 기능을 가진 이 제품은 노트북을 환자로, 하드 드라이브를 링거로 표현해 하드 드라이브가 가진 기능을 위트 있게 표현했다. 디자인 덕분인지 차가운 노트북에도 생명력이 느껴진다. 소장하고 싶구만. (비싸겠지?) designed by 이혜진



칼럼에 수록된 사진은 『위로의 디자인』에서 가져왔습니다. 『위로의 디자인』은 일상에서 우리에게 마음의 위로를 전하는 디자인과 예술을 담은 책입니다. 위로를 주는 디자인, 영감과 웃음을 주는 디자인 등 다양하고 사람의 감성을 더한 아름다운 작품들이 수록되었습니다. 유인경·방선주 지음, 나은민 디자인, 15,000원, 지콜론북

Epilogue

잡코리아 소식



잡코리아 이용해 디자인직 취업하기 · 62

잡코리아 애플리케이션 소개 · 64

좋은일 연구소 발행 도서 소개 · 65

디자인 취업, 잡코리아에서 쉽고 빠르게~

취업 준비, 어렵다고요? 걱정하지 마세요. 잡코리아를 통해 취업하는 법 1번부터 10번까지 차근차근 따라 하면 당신은 곧 신입사원!!!

합격자들의 스펙과 취업노하우 보려면
잡코리아 '스펙타클' 방문



「잡코리아」 이용해 취업하기 행동강령

01 이력서 제목에는 이름과 함께 본인을 표현하는 문구를 적어주세요.



02 인턴 또는 단기기간이라도 디자인 관련 업무 경력이 있다면 점수 추가!!

03 공모전 관련 수상 내역이 있다면 그 내용을 꼼꼼히 적어주시고요~

04 작업해놓은 포트폴리오는 반드시 첨부해야겠죠?

주목!! 잡코리아는 취업포털들 중 최고 용량을 지원합니다. PPT, 동영상, PDF 등 작업해둔 포트폴리오를 올릴 수 있어요~ wow

05 본인의 포트폴리오를 모아놓은 웹사이트가 있다면!

해당 URL도 꼭 적어주세요! 이력서 상단의 홈페이지 부분에 해당 URL을 적으면 됩니다!

06 자기소개서 작성이 어렵다고요? 걱정 마세요~ '한큐! 자기소개서 자동완성'을 이용하면 쉬워져요~

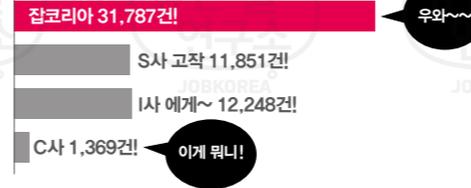
다양한 샘플 중 본인에게 맞는 내용을 선택하면 자동으로 자소서 완성! 뿐 아니라 편집도 자유자재로 할 수 있습니다!



07 정성 들여 쓴 자소서에 오타자가 있다면 안 되겠죠? '잡코리아 자기소개서 맞춤법 검사'를 이용해 보다 완성도 있는 자소서를 만드세요.



08 디자인 채용공고를 보고 싶다면?! '업직종 검색 디자인'으로 공고를 찾아보세요. 다른 취업포털 사이트보다 무려 3배나 많은 디자인직 채용공고가 올라와 있습니다. (3월 22일~29일 일주일 평균 채용공고 집계)



09 지원하고 싶은 기업에 궁금한 점이 있다면? '까득'을 이용하세요~ 인사담당자가 답변을 달아줄 거예요~



10 스마트폰 다들 갖고 계시죠? 자, 꺼내세요~ '잡코리아' 앱과 '스마트매치' 앱을 깔아두면 지하철에서도 이력서를 전송할 수 있습니다. 내 이력서에 첨부해놓은 포트폴리오도 스마트폰으로 전송할 수 있으니 걱정하지 마세요~



취업활동 참 쉽다잉~~ 그쵸?
약은 약사에게 취업은 효과빠른 잡코리아에서~~~



손바닥 위의 성공 취업! 잡코리아 앱 다 모여라

취업포털의 甲, 잡코리아! 인터넷으로만 이용했다면 아직 100% 잡코리아를 이용하지 못한 것이다. 지금 당장 스마트폰을 들고 다양한 기능으로 무장한 잡코리아 앱을 설치해보자. 잡코리아에서 만든 4개의 앱만 있으면 취업준비생 누구나 취업에 한 발 더 다가갈 수 있다.



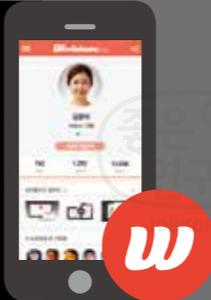
잡코리아 앱 | 대한민국 대표 취업 서비스 앱

- 취업 분야 모바일 APP 이용자 수 1위
- 2012 스마트앱 어워드 취업정보 분야 대상
- 주요 기능 취업정보 검색, 인사지원, 이력서 열람/마감일 등 각종 알림 기능 등
- 실제 잡코리아 앱 리뷰
"역시 취업엔 이만한 앱이 없네요. 모바일로도 많은 정보를 볼 수 있어서 좋아요."



웰던투 | 나만의 포트폴리오 관리 앱

- 2014 스마트 앱 어워드 정보서비스 부문 통합 대상 수상
- 잡코리아 또는 facebook 계정 정보로 간단히 로그인 가능
- 주요 기능 포트폴리오 관리, 인맥 맺기, 함께 작업한 동료 및 교수님 태깅 가능
- 실제 잡코리아 앱 리뷰
"모바일로 포트폴리오를 만들고 인맥을 관리할 수 있다니 혁신적이네요."





겁나빠른공채 앱 | 채용일정 관리(공채숙부, 서류전형, 서류마감, 인적성 발표, 최종발표 등)를 한 번에!

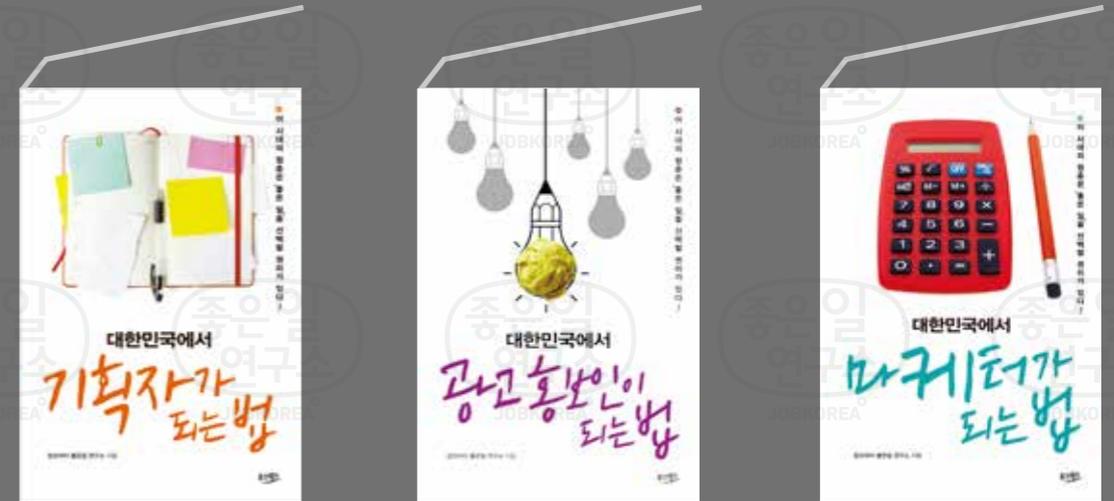
- 공채정보, 서류전형, 합격발표 등의 채용일정 실시간 알림
- 원하는 기업, 원하는 전형별 알림 설정 가능
- 주요 기능 대기업 공채 리스트 및 공채정보 상세 보기, 원하는 기업, 원하는 전형별 알림 설정 기능 등
- 실제 겁나빠른공채 앱 리뷰
"공채 겹치기도 하고 놓치기 쉬운데 공채 앱 깔았더니 빨리 알 수 있어서 안심이에요."

한큐! 채용설명회 | 채용설명회 안내 앱

- 2011 스마트어워드 정보검색 분야 대상
- 채용설명회 동영상과 브로슈어 정보+인사담당자 인터뷰 등 핵심 공채 Tip 제공
- 주요 기능 동영상과 텍스트 타입으로 채용설명회 제공, 인사담당자 독점인터뷰, 설명회 검색, 즐겨찾기 기능 등
- 실제 한큐! 채용설명회 앱 리뷰
"잡코리아가 감이네요. 조그마한 스마트폰으로 내게 알맞은 취업 정보를 획득할 수 있다니... ㅎㅎㅎ하군요!"



잡코리아 좋은일 연구소 직무별 취업 전략서 시리즈 3권 발행!



잡코리아 좋은일 연구소가 집필한 직무별 취업 전략서 시리즈가 총 3권 발행됐다. ▲대한민국에서 기획자가 되는 법 ▲대한민국에서 마케터가 되는 법 ▲대한민국에서 광고홍보인이 되는 법 등이 그것이다.

대한민국에서 기획자, 마케터, 광고홍보인이 되는 법 시리즈는 잡코리아 좋은일 연구소의 연구원들이 약 1년 6개월여의 준비 기간을 거쳐 발행한 것으로, 각 직무로의 취업을 희망하는 대학생 및 취업준비생들에게 보다 현실적인 직무 관련 정보를 전달하고자 마련한 책이다. 이 책의 특징은 구직자들이 정말 궁금해하고 필요한 정보를 담기 위해 그들의 눈높이에서 기획되고 원고가 작성됐다는 점이다. 책을 집필하기에 앞서 잡코리아 좋은일 연구소 연구원들이 각 직무로의 취업을 준비 중인 구직자들을 만나 그들이 가지고 있는 직무에 대한 환상, 궁금증, 필요 정보 등을 취재했고, 그 후 현재 기획팀, 마케팅팀, 광고홍보팀 및 대행사에서 실무자로 근무하고 있는 직장인들을 직접 만나 인터뷰한 원고를 수록했다.

이 책을 위해 현대모비스, 포스코ICT, 프레인, 아모레퍼시픽, 아디다스코리아, 넥슨코리아 등 30여 곳의 기업에서 현재 기획자, 마케터, 광고홍보인으로 근무 중인 직장인들이 참여했다.

대한민국에서 기획자, 마케터, 광고홍보인이 되는 법 시리즈에는 각 직무 담당자에게 필요한 역량 및 현 취업시장의 상황은 물론 인사담당자들이 알려주는 '스펙보다 중요한 직무별 합격 비법'이 수록되어 있어 자기소개서 작성과 면접 등 취업 준비까지 한 권으로 가능하다. 대학 내에 위치한 구내 서점, 전국 대형 서점, 온라인 서점 등을 통해 판매 중이며 책의 정가는 각 12,000원이다.

잡코리아 좋은일 연구소(<http://cafe.naver.com/goodlab>)란?

잡코리아 좋은일 연구소(운영위원장 최창호)는 대한민국 최대 취업포털 사이트 잡코리아(대표 김희수, www.jobkorea.co.kr)가 운영하는 '좋은 일자리' 연구소다. 좋은일 연구소는 20~30대 청춘들이 자신의 진로를 보다 쉽게 파악하고 각자에게 맞는 Right Job을 찾을 수 있도록 돕기 위해 2012년 설립되었으며, 시대의 변화에 따라 달라지는 인재상의 특성을 진단하고, 고용 트렌드를 전망하며, 일자리를 찾는 이들에게 실질적인 도움을 줄 수 있는 다양한 연구 자료를 발표하고 있다. 현재 11명의 연구위원과 국내외 대학에서 직업 및 진로 분야를 연구하는 교수진, 기업 채용 및 인사 담당자, 인사 및 조직관리 컨설팅 기관 대표 등 각계 전문가로 구성된 30여 명의 자문위원이 활동하고 있다.

