

Projekt plan

Modul 4 - Digitalt indhold - Gruppe 3
Hjerteforeningen - Bakkestien i Vissenbjerg
(En Hjertestesti) Fra D. 3/2 til D. 10/3 2020

Projekt overblik

Projekt formål (målsætning) og omfang:

Formålet med projektet er at tage en brochure og skabe en digital løsning. Mere konkret går vores projekt ud på at tage hjerteforeningens brochure for Bakkestien i Vissenbjerg, og skabe en interaktiv webapp der giver en bedre oplevelse og er nemmere at benytte end den nuværende brochure.

Leverancer:

Opgaven er fordelt over 5 forskellige leverancer. Den første er denne projektplan, den anden er en budskabsdesign-opgave, den tredje er individuelle forslag til visuel kommunikation, den fjerde er den færdig opgave, og den femte er selvevaluering og refleksion. Mere konkret vil vi i vores projekt producere en webapp, og diverse delelementer der vil være med til at danne det færdige projekt.

Succeskriterier:

Det vil for os være en succes hvis vi kaqn producere noget som vi er stolte af, og som vil kunne have en hvis kommerciel værdi, altså ikke bare amatørarbejde, men noget der realistisk set kan implementeres i virkeligheden.

Projekt organisation

Ressourcer:

Til rådighed har vi diverse digitale ressourcer og data, blandt andet hjerteforeningens egen hjemmeside, med både data på målgruppen, og et designsprog. Derudover har vi vores vejledere og klassekammerater vi kan trække på for hjælp, og ca. 200 timers arbejde fordelt udover alle 6 gruppemedlemmer.

Tidsplan med milepæle:

Se næste side (side 2).

Uge 6:

Mandag d. 3/2:

Kickoff til projekt, udarbejd gruppekontrakt.

Tirsdag d. 4/2:

Færdiggør projektplan.

Onsdag d. 5/2:

Aflever projektplan. PM møde

Torsdag d. 6/2:

Brainstorm og idegenerering.

Fredag d. 7/2:

Lav et SCRUM-Board.

Weekenden:

Fri.

Ugens milepæl:

Hav udarbejdet en plan for arbejdet fremover, og vær kommet frem til en produktide.

Uge 7:

Mandag d. 10/2:

.

Tirsdag d. 11/2:

.

Onsdag d. 12/2:

.

Torsdag d. 13/2:

.

Fredag d. 14/2:

Peergrade: P4-2 24 timers budskabsdesign opgave (aflevering).

Weekenden:

Fri.

Ugens milepæl:

Fundet målgruppe og udarbejdet designsprog.

Uge 8:

Mandag d. 17/2:
PM møde.

Tirsdag d. 18/2:
.

Onsdag d. 19/2:
.

Torsdag d. 20/2:
.

Fredag d. 21/2:
.

Weekenden:
Fri.

Ugens milepæl:
.

Uge 9:

Mandag d. 24/2:
Budskabsdesign pitch for Sanne (3-7 minutter, tid skal bookes).

Tirsdag d. 25/2:
.

Onsdag d. 26/2:
.

Torsdag d. 27/2:
.

Fredag d. 28/2:
PM møde.

Weekenden:
Fri.

Ugens milepæl:
.

Uge 10:

Mandag d. 2/3:

.

Tirsdag d. 3/3:

.

Onsdag d. 4/3:

.

Torsdag d. 5/3:
PM møde.

Fredag d. 6/3:

.

Weekenden:
Fri.

Ugens milepæl:

.

Uge 11:

Mandag d. 9/3:
Finpudsning.

Tirsdag d. 10/3:
Aflevering!

Onsdag d. 4/3:
Fri.

Torsdag d. 5/3:
Præsentation og evaluering.

Ugens milepæl:
Aflever et produkt vi kan være stolte af.

Organisering:

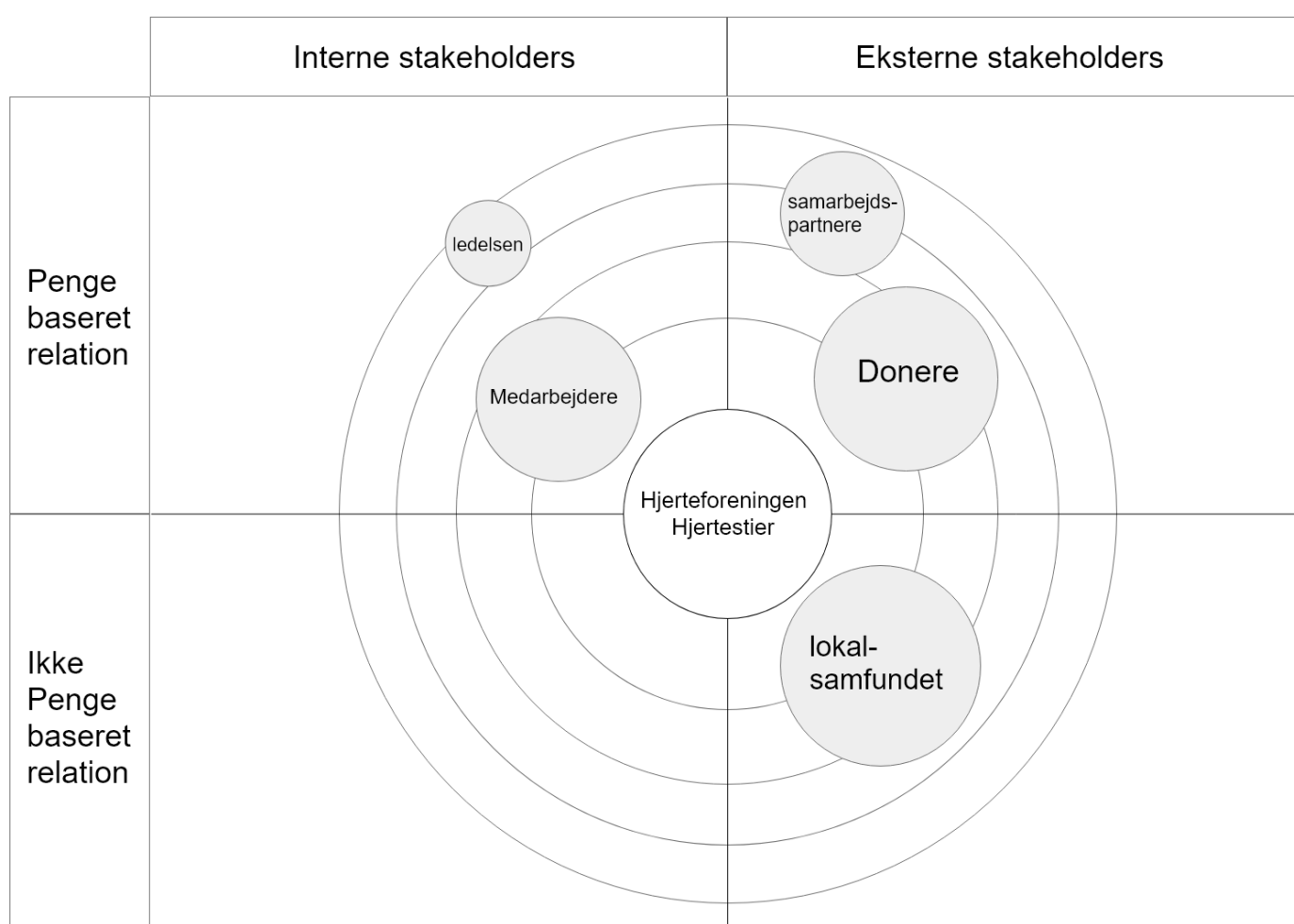
Projektlejer: Vores gruppe (gruppe 3).

Projektleder: Andreas Villadsen Petersson.

Projektdeltagere: Edna W, Rasmus A, Matthis L, Fatme A, Sebastian K.

Ansvarsfordeling: Alle i gruppen har meget forskellige kompetencer, så vi vil så vidt muligt sørge for at alle kommer til at arbejde med noget de ikke er så gode til, og derved lærer så meget som muligt. Derfor har alle samme ansvar, måske lige med undtagelse af gruppeleder i det usandsynlige tilfælde at der skulle opstå konflikter.

Interessentanalyse:



Link til logbog:

https://docs.google.com/document/d/1hW20kCoR6_YB5paWAUVcJjPDChek7atJG_faA6iSb8/edit