

Link til min læringsportfolio: [Portfolio \(eadania.dk\)](https://eadania.dk)

Link til mit GitHub repository: <https://github.com/Albe0507/Albertes-Laeringsportfolio>

PORTFOLIO

FORSIDE

DESIGN

KOMMUNIKATION

WEBUDVIKLING

PROJEKTER

Velkommen til Albertes portfolio!

Her kan du blive oplyst

PORTFOLIO

FORSIDE

DESIGN

KOMMUNIKATION

WEBUDVIKLING

PROJEKTER

Illustrator

Bildder af opgaver:

Billeder af mit ikonsæt

Billeder af opgaven: EU flaget og blendig

Billede af mit illustartor ikon

Photoshop

Bildder af opgaver:

Billede af opgaven: Bjørnen Jerry

Billede af opgaven: Mursten!

Billede af opgaven: Lights

Farver

Farvepsykologi:

Billeder af meningen med farvepsykologi

Designprincipper.pdf

Farvehjulet:

Det er opbygget af den inderste cirkel, som er de 3 primærfarver: Rød, gul og blå.

Den midterste cirkel dannes af de 3 sekundærfarver: Orange, grøn og lilla = hver sekundærfarve er 2 primærfarver, der er blandet.

I den yderste cirkel er de 12 tertiærfarver, som er blandet med en primær- og en sekundærfarve.

Farvehjulet kan være forskellig fra hvilken teoretiker, man ser på.

Farvehjulet

Designprincipper.pdf

RGB & CMYK:

Der findes 2 farvesystemer: Red Green Blue (RGB) og Cyan Magenta Yellow Key (Black) (CMYK).

RGB er et additivt farvesystem. Her bliver lyset tilføjet. Det benyttes til eks. PC. CMYK er et subaktivt farvesystem. Her bliver lyset trukket fra. Det benyttes til billeder, der skal trykkes. Billede af RGB og Billede af CMYK.

Designprincipper.pdf

Kulør, mætning og lyshed:

Kulør (hue): Kulør er en graduering/variation af farven, man bruger.

Mætning (saturation): Her blandes en kulør med forskellige mængder af gråtoner, dvs. farven får en "valør".

Lyshed (brightness): Kuløren blandes med sort eller hvid.

Designprincipper.pdf

Farvesammensætninger:

Monokrom: En farve som justeres i forhold til mætning og lyshed.

Analog: En farve indenfor et bredere spektrum af mætning og lyshed.

Komplementær: Det er farver, der ligger overfor hinanden i farvecirklen.

Split komplementær: Farver der ligger overfor hinanden med et bredere farvespektrum.

Triader: 3 farver som ligger langt fra hinanden.

Tetriader (dobbeltkomplementære): 4 farver der er komplementære.

Farvesammensætning

Designprincipper.pdf

Opgave:

Opgaven om: Farver på nettet

Typografi

Serif/Sans serif:

Serif (antikva): Har sit navn fra sin "fødder" (den lille linje under bogstavet som afslutter grundstregen på et bogstav/symbol).

Serif bliver ofte brugt til brødtekster, da fødder gør en lang tekst mere overskueligt, da fødder danner en linje for øjet.

Sans serif (grotesk): Sans er "uden" på fransk, dvs. uden fødder.

Sans serif anvendes ofte til overskrifter = god kontrast til serif.

Typografi.pdf

Typeface/font:

Eksempler på typefaces

Eksempler på fonts

Typografi.pdf

Font weights:

Eksempler på font weights

Typografi.pdf

Typografiske begreber:

Minuskler: Er små bogstaver.

X-height: Er højden på minuskel "x". Man måler fra bundlinjen til toppen af bogstavet = benyttes til at parre typefaces.

Kerning (knibning). Er afstanden mellem hvert bogstav, som kan justeres = der skabes balance.

Majuskler: Er STORE bogstaver.

Leading (linjeafstand): Her måles der fra bundlinje til bundlinje. Leading udregnes med 120-130% af skriftstørrelsen.

Tracking: Her justerer man den overordnede afstand mellem alle bogstaver eller en længere markering af ord.

Typografi.pdf

Fanatomi:

Billede af meningen med fanatomi

Typografi.pdf

Gestaltlovene (designprincipperne)

White space

Positive space = Objektet i fokus

Negative space = rummet omkring objektet. Det bidrager eks. til at kunne se hierarkiet bedre. Det skaber fokus på objektet og skaber orden i kaos.

Designprincipper.pdf

Figure-ground

Det er en figur, der er intuitivt eller synligt separeret fra baggrunden. eks..

Designprincipper.pdf

Similarity (lighed)

Elementer, som er ens i størrelse, retning, form og farve, opfattes som en gruppe.

Designprincipper.pdf

Proximity (nærhed)

Ting, som er tætte på hinanden, opfattes som værende relaterede mere end dem, som er langt væk fra hinanden.

Designprincipper.pdf

Continuity (kontinuitet)

Ting, som er sat på linje eller i kurver, ses som relaterede i højere grad end dem, som ikke er eks. grafer, paragraffer m.f.

Closure (lukkethed)

Ting, der står i samme ramme, ses som hørende sammen, også selvom de nødvendigvis ikke er ens.

<https://www.nielsgamborg.dk/?p=gestaltlovene&u=lukkethed>

Symmetry (balance/ubalance)

Eksempel

Designprincipper.pdf

Opgave:

Website analyse

Kilder

Designprincipper.pdf (Besøgt d. 11/12 2020)

Farvelære.pdf (Besøgt d. 11/12 2020)

<https://www.nielsgamborg.dk/?p=gestaltlovene&u=lukkethed> (Besøgt d. 11/12 2020)

Typografi.pdf (Besøgt d. 11/12 2020)

Farvepsykologi: Farvelære.pdf

Farvehjulet: Farvelære.pdf

RGB: Farvelære.pdf

CMYK: Farvelære.pdf

Farvesammensætning: Farvelære.pdf

I grupper af 3, skal I finde minimum 3 eksempler på brands som formår at skabe en tilknytning mellem brand og farver. I skal ligeledes finde minimum 3 eksempler på brands, hvor det ikke er lykkedes at skabe samme genkendelighed. Lav ét indlæg pr. gruppe hvor I lægger alle eksempler. Lav beskrivelser til de enkelte sites, og brug et fagligt sprog til at argumentere for jeres valg. Valgene understøttes af screendumps/links til siderne. Gode Eksempler ● <https://www.kalevala.fi> ○ Tiltrækkende ■ Man ser hvordan butikken ser ud og den er æstetisk attraktiv ○ Gode farver ■ Farver der spiller godt sammen ■ Cyan/Blå - Self-expressive and stable ■ Rød læbestift/blå baggrund = kontrast ■ Gennemtænkt - alt ■ Farverne dæmpede, og får produktet til at træde bedre frem ○ ● <https://www.mercedes-benz.dk/> ○ Simplistisk ○ Stilrent ■ Giver indtryk luksus, og et dyrt produkt ○ Enkle farver ■ Sort, hvid, grå og lyseblå som accent ■ Den lyseblå, bruges som deres Call to Action ● Den fremtræder på den ellers monotone farvepalette ● <https://www.rejseplanen.dk/> ○ Enkel i design ○ Brugervenlig ○ Farverne matcher brandet, og stilen ○ Vigtige ting er skrevet med gult eller et i gult felt ■ Nogle ting er også markeret med rød ift. ændringer på rejser eller advarsler feks. ændring af rute eller krav om mundbind ved turen. ○ Farverne bruges til at indikere forskellige transportformer ■ Gullig-Orange til bus ■ Grøn til tog ■ Sort til gang ■ Grå er ventetid Dårliche eksempler ● <https://www.sas.dk/> ○ Der er for mange ting der bliver sat fokus på - Det virker forvirrende ■ Mange store bogstaver ■ Alt skrift er hvidt oven på den blå = intens ○ Farverne stemmer overens med brandet, men.... ■ Farverne er meget intense ■ Deler samme tone, der er ikke meget variation eller kontrast ■ Da farverne alle er meget stærke, er det svært at finde fokus ● <https://www.bookdepository.com/> ○ Den forsøger at være simplistisk - men har ikke heldet med sig ■ Der er for mange forskellige ting på siden ○ Farverne er usammenhængende ■ Deres logo er lyseblåt og hvidt, mens sidehovedet er aubergine-lilla, og deres call to action pink - og gul involveret i reklamerne, samt små detaljer på siden. ■ Farverne kunne have sammenspil da de er en triade, men de virker usammenhængende, da sidens elementer ikke spiller sammen. ● <https://reklamehjul.dk/> ○ Det er uvist præcis hvad branded er, udover den hvide overskrift, med sort skygge ■ Som er svær at læse ○ Baggrunden tager al fokus, da den har den stærkeste farve. ■ Alt andet drukner og forsvinder på den ■ Den orange baggrund, har mere fokus end produktet ■ De hvide elementer på siden bliver meget kantet og forvirrende for brugeren da det ødelægger flowet af hjemmesiden da brugerens synsfelt hele tiden bliver afbrudt af de hvide kanter. ● Teksten ude i højre side virker sløret

Typefaces: Typografi.pdf

Fonts: Typografi.pdf

Fanatomi: Typografi.pdf

Figure-ground Intuitivt Synligt Designprincipper.pdf

Balance/Ubalance Balance Ubalance Designprincipper.pdf

27/10 2020 Designprincipper - Website analyse: Første gode hjemmeside: Itch.io (<https://itch.io/>): - Er der et tydeligt visuelt hierarki på sitet? - Ja, det vigtigste på siden er de spil man kan downloade, som er den primære funktion på siden. Dernæst er det menuen i siden med Browse, Popular tags og Games by price, som er for at hjælpe brugeren med at komme rundt på siden og sorterer i hvad man vil se. - Bliver der gjort brug af kontrast? Hvordan? - Lys/mørke kontrast: med den hvide baggrund og den sorte/lyserøde/blå tekst. Den lyserøde og blå er mere brugt som accentfarve til den monokrome farvepalet. Den blå er specifikt brugt til at separerer de forskellige Game Jams fra spillene. - Billederne skaber også kontrast mod den hvide baggrund. - Varm/kulde kontrast: den blå og lyserøde der (dog ikke så meget) er brugt på siden gør at de elementer der har de farver er øjenfaldende, også selvom et spil har begge: - Fx: - Er der balance/ubalance i det grafiske udtryk? - Der er lidt ubalance med menuen til venstre, men ellers er den symmetrisk. 1 - Hvad gør websitet brugervenligt? - Hjemmesidens hierarki, den tydelige opdeling og de forskellige elementer gør siden let at finde rundt i. - Er det design over funktion? - Både design og funktion fungerer på siden, selvom den er meget simpel med farvevalg og opsætning. Den kan hvad man ville forvente af sådan en side. - Er der gjort bevidst brug af designprincipper, og kan I identificere dem? - Loven om lukkethed (closure): Til den featured bundle, er det lukket inde i en kasse så man ved det hører sammen. - Loven om kontinuitet (continuity): Den korte, beskrivende tekst/tags er venstrejusteret til spillets billede, samt hænger ned fra samme sted under billederne. - Loven om nærhed (proximity): Alle spil på siden er delt op i kategorier under en overskrift. Selvom de ikke er i en boks, kan man stadig se at spillene er i samme kategori da de står tæt sammen. Til den næste overskrift er der en større mellemrum så man kan se adskillelsen. 2 Anden gode hjemmeside: League of legends(https://euw.leagueoflegends.com/en-gb/?utm_source=riotbar&utm_medium=card1&utm_campaign=lol&utm_content=lol_key01): - Er der et tydeligt visuelt hierarki på sitet? - Det første man ser er league of legends navnet midt på deres hjemmeside som står med STORT. Det næste man lægger mærke til er den blå knap under League of Legends navnet. Det næste man lægger mærke til efter det, er baggrunds animationen til league of legends navnet. Under det hero billede(som er en animation baggrund med league of legends navnet i) får man øje på de tre bokse nederenunder som indeholder informationer omkring "Game updates" "media" og til sidst "Dev". Det næste man får øje på er de forskellige funktioner der er i menubaren, såsom "Game" "Champions" "News" "Patch notes" "Discover" "Esports" "Universe" "Shop" "Support". Det næste man får øje på er den blå knap til højre i menubaren, hvor der står "Play now". - Bliver der gjort brug af kontrast? Hvordan? - I menubaren bliver der gjort brug af sort-hvid kontrast, med sort baggrund og hvid skrift. Monokrom med sort og hvid, accent farve som er den blå farve i knappen som er helt til højre i menubaren, hvorpå der står "play more". Længere ned på siden har de brugt en form for gråtone på deres animations baggrund til at fremhæve den blå knap hvor der står "Play for free". - Er der balance/ubalance i det grafiske udtryk? - I menubaren har alle funktioner inkl. logo samme afstand indtil man kommer hen til support, der sker der et brud hvor der er en stor afstand mellem "support" og det at skifte sprog samt "sign in" og "play now". Der er dog en grund til der er den her afstand mellem "support" og det over i højre side af menubaren, og det nemlig fordi det med at logge ind samt det med at man kan spille nu, hænger sammen, altså det har noget med hinanden at gøre. I alle former for tekst de bruger igennem resten af deres hjemmeside består af at de anvender den funktion at ens tekst bliver skrevet i midten, og ikke fra højre side eller venstre side. - Hvad gør websitet brugervenligt? - Der er ikke for mange funktioner der gøre brugeren forvirret, men der

samtidig er nok funktioner til at brugeren ikke mangler noget. Alle funktioner på hjemmesiden er placeret overskueligt. Der er ingen forvirring om hvad hver funktion gør, og hvad du kan bruge det til. Der er brugt mange visuelle fremvisninger sammen med en skrift for at gøre det mere tydeligt hvad man mener. - Er det design over funktion? - Alle funktioner der er på hjemmesiden gør hvad man forventer, med den samme æstetik hele vejen igennem for hver af de forskellige funktioner. - Er der gjort bevidst brug af designprincipper, og kan I identificere dem? - F.eks. ved de tre bokse under hero image, er der skabt en form for ramme omkring boksen for at afmarkere den endnu mere. De gør også meget brug af enten hvid baggrund eller sort baggrund. De har også en vis kontinuitet afhængig af hvor stor en skærm du har. Første dårlige hjemmeside:

https://www.bilka.dk/?intcmpid=logo&gclid=EAIaIQobChMIh4-H6arU7AIVjdeyCh1ZLwuKEAAYASAAEgJWAPD_BwE&gclid=aw.ds - Er der et tydeligt visuelt hierarki på sitet? - Nej ikke rigtig

da det første man ser når man kommer ind på hjemmesiden er søgefeltet og derefter ser logoet, man kan godt se menubaren, men det er ikke den der er mest fokus på. - Bliver der gjort brug af kontrast? Hvordan? - Der er blevet brugt lyst/mørk kontrast men primært lys kontrast hvilket er på længere sigt irriterende for øjnene at se på, da der er ikke nogen mørk kontrast der skiller sig ud over nogle enkelte steder hvor der er blevet brugt mørk skrift. - Er der balance/ubalance i det grafiske udtryk? - De grafiske udtryk på hjemmesiden er at der er ubalance da de skifter mellem størrelse af billeder, dette er primært på forsiden at der skiftevis er forskel på billederne. Det kan man også se på undersiderne hvis man går ind på dem at der er en forskel på hvordan billederne er sat op. - Hvad gør websitet brugervenligt? - At man kan se menu-baren og hvis man tager en mus over fx kurven så bliver den en tand mørkere og hvis man er henne med selve menu-baren så kan se at den får en mørkere ring omkring sig, men den måde det er blevet sat op på kan man være en smule uoverskuelig. - Er det design over funktion? 5 - Stort set så er designet ganske udmærket, men har en uoverskuelig dropdown-menu, men man skal trykke på flere underemner for at komme frem til det produkt man gerne vil hen til. - Er der gjort bevidst brug af designprincipper, og kan I identificere dem? - Man kan se på hjemmesiden at der er blevet brugt både proximity og similarity med hvordan billederne er placeret på forsiden. Anden dårlige hjemmeside - Reklamehjul.dk

https://reklamehjul.dk/CYKELSTATIV_SADELBETR%c3%86K_CYKELHJELME_%20KURVEBETR%c3%86K_TR%c3%86KASSER_SKILTE_%20ETC./sadelbetr%c3%a6k_eller_sadelovertr%c3%a6k-med_logo_tryk_reklame.html - Det er uvist præcis hvad brandet er, udover

den hvide overskrift, med sort skygge - Som er svær at læse - Baggrunden tager al fokus, da den har den stærkeste farve. - Alt andet drukner og forsvinder på den - Den orange baggrund, har mere fokus end produktet - De hvide elementer på siden bliver meget kantet og forvirrende for brugeren da det ødelægger flowet af hjemmesiden da brugerens synsfelt hele tiden bliver afbrudt af de hvide kanter. - Teksten ude i højre side virker sløret - Er der et tydeligt visuelt hierarki på sitet? - Ikke rigtig, da det første man lægger mærke til er baggrunden, hvor imod det burde at være logoet, et slogan eller en knap der er vigtig i forhold til hjemmesiden. - Bliver der gjort brug af kontrast? Hvordan? - Lys/mørke kontrast → Mørk orange/Hvid - Baggrunden er mørk orange og teksten er hvid - Sort/hvid - Teksten er hvid men den har en sort skygge - Teksten er hvid og overskrifter er sort. - Er der balance/ubalance i det grafiske udtryk? - Der er ubalance 6 - Eks. teksten/billeder står for langt over til den venstre side i nogle af undersiderne. - Hvad gør websitet brugervenligt? - Der kommer en hvid firkant rundt om det man kan trykke på når man holder musen hen over. - Er det design over funktion? - Den har ikke en god æstetik og den er svær at bruge. - Er der gjort bevidst brug af designprincipper, og kan I identificere dem? - På denne underside er der gjort brug af proximity https://reklamehjul.dk/%C2%ADFirmacykel_Rekla%C2%ADMecykel_Logocyke%C2%ADL_Hotelcykel_Med%C2%ADarbejdercykel_logo.html - Her er der prøvet på at benytte symmetri - Og her er der brugt kontinuitet 7

PORTFOLIO

FORSIDE

DESIGN

KOMMUNIKATION

WEBUDVIKLING

PROJEKTER

Grundlæggende kommunikation

5 grundantagelser om kommunikation:

1. Man kan ikke ikke-kommunikere

2. Alt kommunikation består af to dele: indholdet i kommunikatione og det forhold der er mellem der der kommunikerer.

3. Sådan vi udtrykker os og hvordan vi tolker hinandes kommunikation på, afgører hvilket forhold vi har til hinanden.

4. Man kan både kommunikere med en digital kode (ord der siges) og en analogkode (Hvordan ordene bliver sagt: tonefald, kropssprog og skrifttype/opsætning)

5. Kommunikation kan være symmetrisk eller asymmetrisk, det kommer an på om der er lighed eller forskel i "magten"

Andersen, H & Jørnø, M.L (2016). Kommunikation i praksis. Samfundslitteratur

Kommunikation i forhold til multimediedesigner:

Som multimediedesigner skal man kunne kommunikere med både kollegaer og kunder. Eks, hvis en kunde ikke kan en multimediedesigners fagsprog skulle man kunne forklare det på en måde de forstår hvad men snakker om.

Man skulle også som multimediedesigner kunne kommunikere til den målgruppe som budskabet på eks. en hjemmeside er lavet til.

Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

IMK-modellern:

Her kan de se IMK-modellen

IMK står for International Markeds Kommunikation.

IMK-modellen sætter teksten i centrum.

Det modellen bygger på er at kontekst/kultur, medier og genre former teksten. Modtageren af teksten er ligeværdig med afsender af teksten.

Der findes ingen kommunikation, før modtageren deltager i kommunikationen.

Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Kvantitativ og kvalitativ empiri

Her kan du læse opgaven omkring kvantitativ og kvalitativ empiri

Præsentationsretningslinjer

Retorik:

Retorik forstås som talekunst. Der er fem trin man kan følge for at lave den perfekte tale.

1. Inventio: Her opfinder og forberedes. Altså hvad skal din præsentation handle om og hvad er formålet med din tale?

2. Dispositio: Her skal man organisere og disponere din præsentation. Altså kigge på, hvilken rækkefølge passer bedst.

3. Elocutio: Det er her man skal give sin præsentation en sproglig udformning (pathos, logos, ethos). Altså overvej sproget.

4. Memoria: Her skal man lære præsentation udenad og hvordan man vil præsentere sin præsentation.

5. Actio: Her fremfører du præsentation.

Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Fisken:

Her kan du se modellen - Fisken

Fisken er en model der viser hvordan ens præsentation skal deles på udfra en trefordelig

Begyndelsen: Det er fisken hoved. Det skal indholde indledningen til din præsentation.

Midten: Det er fiskens krop. Her skal alt dit indhold af din præsentation være

Slutningen: Fisken hale. Det er her man skal afrunde sin præsentation.

Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Joharis vindue:

Her kan du læse opgaven omkring Joharis vindue

Powerpoint præsentationsteknikker:

Her kan du læse noter omkring Powerpoint præsentationsteknikker

Usability - Testmetoder

Hvad er usability?:

Her kan du læse opgaven omkring hvad er usability

Kortsortering:

Her kan du læse opgaven omkring kortsortering

Tekstproduktion

Tekstproduktion:

Her kan du læse opgaven omkring tekstproduktion

Nyhedskriterier:

Her kan du læse opgaven omkring nyhedskriterier

AIDA

Her kan du se modellen - AIDA

AIDA-modellen bruges når der skal laves en annonce eller plakat.

A (attention): Der skal skabes opmærksomhed om budskabet, vha. eks billeder eller en overskrift. -->

I (interest): Budskabet vækker forhåbenligt interesse hos den pågældende målgruppe man har sigtet

efter. --> D (desire): Her vil målgruppen eje produktet. --> A (action): Her køber personen produktet.

Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Nyhedstrekanten:

Her kan du se nyhedstrekanten

Nyhedstrekanten er en model der hjælper med at strukturere det indhold man vil have med i eks. sin nyhedsartikel.

Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Kommode-strukturen:

Her kan du se kommode-strukturen

Med kommodestrukturen giver det læseren mulighed for at vælge det han/hun lige præcis vil læse om.

Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Hey you see so-modellen:

Hey: Her skal man fange læserens opmærksomhed.

You: Her skal man gøre det nærværende for læseren.

See: Her skal man overbevise læseren.

So: Her skal man have en konklusion.

Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Paradigmer

Her kan du læse opgaven omkring paradigmer

Det humanistiske paradigme:

Det humanistiske paradigme har individet som genstandsfelt. Dvs. fokus ligger på modtageren, der ses som medskabende.

Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Det samfundsvidenskabelige paradigme:

Det samfundsvidenskabelige paradigmer har fokus på afsenderen. Det er afsenderen der er styrende i kommunikationen.

Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Ophavsret og licens

Her kan du læse opgaven omkring ophavsret og licenser

Business Model Canvas (BMC)

Her kan du se billede eksempler på BMC - lavet på klassen

Business Model Canvas bliver brugt til at beskrive og udvikle et projekt eller en virksomhed.

<https://innovation.sites.ku.dk/metode/business-model-canvas/>

Kilder

Andersen, H & Jørnø, M.L (2016). Kommunikation i praksis. Samfundslitteratur

<https://innovation.sites.ku.dk/metode/business-model-canvas/>

Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

IMK-modellen Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Alberte Kiristen Laursen 28/09 2020 Erhvervsakademiet Dania - Skive 2 Opgave om metoderne • Hvad kendetegner kvantitative undersøgelser? o Kom også ind på svagheder og styrker i metoden - Kvantitative undersøgelser måler mængder via eksempelvis spørgeskemaer. (Busch, A.M., 2015, s. 8) Undersøgelserne er meget struktureret og statistiske. Undersøgelsen vil give tal, som man kan bruge i sine statistiske analyser (<https://da.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/>). - Svaghed: ▪ Kvantitative undersøgelser er ikke dybdegående. Eks. man udleverer et spørgeskema til mange forskellige mennesker, men man har ikke mulighed for at spørge, hvorfor de svarer, sådan som de gør (<https://so1.systime.dk/?id=123>). - Styrke: ▪ Man får en bredere undersøgelse, når man bruger kvantitativ undersøgelse, for når man f.eks. sender spørgeskemaer ud, kan man nå ud til et stort antal mennesker (<https://so1.systime.dk/?id=123>). • Hvad kendetegner kvalitative undersøgelser? o Kom også ind på svagheder og styrker i metoden - Kvalitative undersøgelser er interviews, fokusgrupper og observationsstudier. Med disse undersøgelser, der undersøger man, hvorfor folk reagerer, som de gør - man vil finde ud af deres bevæggrunde (Busch, A.M., 2015, s. 88). - Undersøgelserne går i dybden med et emne for at få så megen information muligt om/fra personen, man interviewer - hvad hans/hendes tankegang, holdninger og motivationer er (<https://da.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/>). - Svagheder: ▪ Undersøgelserne er ikke særlig brede, da man kun tager fat i få mennesker og f.eks. interviewer dem (<https://so1.systime.dk/?id=123>). Alberte Kiristen Laursen 28/09 2020 Erhvervsakademiet Dania - Skive 2 ▪ Resultaterne kan være svære at analysere, da det er folks holdninger, tankegange m.m., man skal analysere. (<https://da.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/>). - Styrker: ▪ Man får en meget dybdegående undersøgelse (<https://so1.systime.dk/?id=123>). • Hvornår kan man med fordel bruge de forskellige metoder? o Kom med eksempler - Kvantitativ metode bruges, når man skal tage udgangspunkt i spørgsmål, hvor der f.eks. er svarmuligheder at afkrydse, og når man f.eks. skal påvise tendenser i en bestemt målgruppe. Det vil sige den kvantitative metode er bedst at bruge, når man søger konkret og statistisk valid information eller dokumentation (<https://voxmeter.dk/kvantitativ-kvalitativ/>). - Kvalitativ metode bruges, når man vil have en dybere analyse af f.eks. holdninger, motiver, ønsker osv. Den kvalitative metode er f.eks. fokusgrupper og interviews, der er gode til indledende trin eksempelvis i forbindelse med udvikling eller lancering af et nyt produkt (<https://voxmeter.dk/kvantitativ-kvalitativ/>). • Hvordan kan man kombinere kvalitative og kvantitative undersøgelser? o Kom med eksempler - Eks.: Man kan stille krav om, at man skal kunne finde en vare på en hjemmeside på højst tre klik, men kravet kan ikke stå alene, da udførelsen af bare det første klik kan tage lang tid, hvis brugeren ikke forstår produktets opbygning. Man skal derfor tage tid på, hvor lang tid et klik tager (kvantitativ metode). Det er desuden vanskeligt at måle „tilfredsstillende at bruge" med tal, så derfor kan det være nødvendigt at holde øje med brugerens ansigtsudtryk, følelsesudbrud m.v. (kvalitativ metode) (Busch, A.M., 2015, s. 288). - Eks.: Hvis man har holdt en konference og vil have at vide, hvad folk syntes om den, kan man sende et kvantitativt spørgeskema ud, som måler deltagelsesfrekvensen, tilfredshed, talernes kvalitet osv. Man kan deri også spørge om nogle åbne kvalitative undersøgende spørgsmål, for at finde ud af om man har overset noget eks citat.: Alberte Kiristen Laursen 28/09 2020 Erhvervsakademiet Dania - Skive 2 ▪ "Hvad kunne du bedst lide ved konferencen? ▪ Hvordan kan vi forbedre din oplevelse? ▪ Er der noget feedback om konferencen, som du synes, vi skal være bevidste om?" (<https://da.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/>) • Hvad betyder at transskribere? Transskribere betyder, at man skriver interviews ned for at få et overblik. Der findes mange forskellige måde at transskribere på, og de er alle lige gode. Hvilken en måde der

er bedst at bruge kommer an på, hvad man vælger at gøre til genstandsfelt for sin fortolkning. Hvis man f.eks. skal se på kropssproget eller stemmeføringen af den, man har interviewet, kan man skrive 2 parallelle linjer – den øverste er det, der bliver sagt, og den under beskriver, hvordan den interviewets kropssprog og stemmeføring er. Det tager cirka otte timer at transskriberer 1 times interview ned. Der transskriberes ordret, som intervieweren formulerer sig (Busch, A.M. 2015, s. 92).

- Hvad betyder meningskondensering? Meningskondensering betyder, at man forkorter meninger. Altså så udsagn kortes ned til få ord fra lange sætninger, men det stadig indeholder det vigtigste fra det sagte, så det stadig kan forstås (<https://www.rehpa.dk/wp-content/uploads/2017/02/Det-gaar-altid-ud-over-mine-patienter.pdf>). Alberte Kiristen Laursen 28/09 2020 Erhversakadamiets Dania - Skive 2 Litteratur liste - Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag - <https://da.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/> - <https://so1.systime.dk/?id=123> - <https://voxmeter.dk/kvantitativ-kvalitativ/> - <https://www.rehpa.dk/wp-content/uploads/2017/02/Det-gaar-altid-ud-over-minepatienter.pdf>

Fisken Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Hvert "par" skriver om deres øvelse med Joharis vindue. Refleksioner: Marie: Det åbne felt: - Talt højt og tydeligt Det blinde felt: - Holder god kontakt til publikum → God øjenkontakt Det skjulte felt: - Det ukendte felt: - % Alberte: Det åbne felt: - Fumlede med ordene Det blinde felt: - Holder god kontakt til publikum Det skjulte felt: - Holdte pauser for at huske hvad jeg skulle sige Det ukendte felt: - % Aha oplevelser - Under hinandens fremlæggelser, hvor vi begge lærte om nye ting - Vi havde dog ingen Aha oplevelser i forhold til præsentationsteknik Blinde vinkler - Se det "blinde felt" længere oppe i opgaven. Det her har jeg lært - Man må gerne stoppe op og holde små pauser for at huske hvad man skal sige. Det her vil jeg gøre anderledes - Vi vil til næste gang teste IT udstyr inden fremlæggelsen, da det ikke virkede Følelser - Godt tilpas, da det ikke var mange man skal fremlægge foran. - Engageret da vi selv fik lov til selv fik lov til at bestemme emnet <https://www.youtube.com/watch?v=htjumQCdTnY&feature=youtu.be>

God powerpoint design Et budskab pr slide Man skal ikke have en masse tekst på ens slide man alligevel siger Der skal ikke være en masse farver bevægelse, kontraster og store ting De vigtigste ting på slidesne skal være store - ikke overskriften men det der står: Metoder Kvalitativ Kvantitativ Og det man siger skal være i fokus: Her Ikke her Ikke hvid baggrund med mørkt baggrund og hvis tekst Skriv ikke sidetal på 7 eller over objekter skal ikke være på et slide MAX 6 Mindre på slides, flere sides. <https://www.youtube.com/watch?v=lwpi1Lm6dFo>

22/10 2020 Brugertest: Hvad er usability: Den anerkendte definition af usability er: "The extent to which a product can be used by specified users to achieve specified goals with effectiveness, efficiency and satisfaction in a specified context of use." Oversættelse: "I hvilken grad et produkt kan anvendes af en specifik bruger til at opnå specifikke mål funktionelt, effektivt og tilfredsstillende i en specifik brugskontekst." I definitionen af usability er der 3 områder: - Brugsituationen: Hvem er brugeren, hvad vil brugeren opnå, hvor er brugeren. Ens bruger er de personer man gerne vil have der skal købe ens produkt. - Usability-kriterier: Kvaliteten i brugen af produktet. - Produktet: Websitet/produktet som vurderes på baggrund af deres brugervenlighed. Altså er det nemt for brugeren at bruge det her produkt. Altså, hvor meget ens produkt opfylder en brugers specifikke krav i en specifik situation. Hvordan hænger usability-test sammen med ressourceforbrug: Forklar hvorfor usability altid indgår i en kontekst: Det produkt man undersøger, bruges altid i en kontekst. Det indbefatter både det fysiske sted (som på et kontor eller derhjemme), den platform produktet eventuelt er på (mobil, bærbar eller laptop), og den støj der er når produktet prøves (om der er larm eller arbejdsro). Hvad betyder funktionalitet: - En hjemmeside skal opfylde de mål og behov en

bruger skal bruge, ellers finder brugeren en anden hjemmeside. - Hvis funktionerne ikke er nemme at bruge eller ikke har de elementer brugeren leder efter, vil det resultere i utilfredse brugere. - Hvis en hjemmesides funktionalitet ikke er brugervenlig, vil brugerne opleve flere misforståelser og lave flere fejl = frustrerende for brugeren = hjemmesiden har dermed ingen succes. Hvad er brugertilfredshed: Brugertilfredshed opnås ved at man har testet nok brugere på sit produkt, til at man kan se én generel tilfredshed blandt dine brugere/testpersoner. Hvad er et undersøgelsesdesign: Fremgangsprocedure for undersøgelsesdesign: 1. Vælg fokusområde 2. Vælg testmetode(r) til at belyse fokusområdet 3. Brug testmetodens beskrivelse i denne bog til at forberede opgaver og udførelse Eks.: 1. Fokusområde: ● Evaluering og design af websitets hovedmenu 2. Valg af metode: ● Gangstertest (test af navigation) ● Kortsortering (test af informationsstruktur) 3. Forberedelse: ● Vælg repræsentativ underside til gangstertesten. ● Udvælg menupunkter og overskrifter til kortsortering. Valg af testmetoder: - Det er bedste at betragte et problem fra forskellige vinkler for at opnå den bedste vurderingsgrundlag. Da det kan risikere at blive en snæver løsning hvis man kun ser på problemet fra en vinkel. Derfor er det bedst at bruge flere forskellige testmetoder i en undersøgelsesdesign. Når man sammensætter to eller flere testmetoder i en undersøgelse, kalder man det: „triangulering " eller „metodetriangulering" I skemaet herunder ses nogle fokusområder for en design undersøgelse: Hvad er usability-kriterier til websites: Usability-kriterier er om kvalitetskravene som man skal opfylde før at et website kan kaldes brugervenligt. Der er 2 kategorier af usability-kriterier: - Interne: Krav brugeren stiller til produktet og til sig selv(?) for at de vil kunne opnå den mængde kvalitet de ønsker af produktet. - Eksterne: Krav der er til alle websites, som er dem brugeren benytter til at vurdere hvor brugervenlig et website er. Her er der 5 kriterier, og selvom de alle har lige høj vægtning i skemaet (20%), skal vægtningen vurderes i de specifikke situationer. Hvilke testmetoder skal man anvende: Man kan anvende/bruge flere metoder til at kunne teste sit produkt hos ens bruger. Det kan f.eks. være gangster testen. Gangster-testen går ud på at man vælger et tilfældig sted på ens hjemmeside, og derefter sig til brugeren at de selv skal kunne finde rundt på hjemmesiden. Du kan bruge denne metode for at se om det er nemt og overskueligt at finde rundt inde på dine hjemmeside. Du kan også bruge "tænke højt testen" som går ud på at du fremviser din hjemmeside, ved at først introducere hvad brugeren skal i den her test, hvor testen derefter kan gå i gang. Det som brugeren skal er at sige hvad vedkommende går når de bevæger sig rundt på hjemmesiden. Det kan f.eks. være brugeren siger "jeg køre lige ned på hjemmesiden og trykker så på den her knap, fordi den ser ud til at det er noget der kan være interessant". Denne her "tænke højt test" Kan hjælpe dig til placering af dit indhold på siden, samt om der er noget der skal fjernes eller noget skal laves om. Det vigtigste er at man vælger en (eller flere) metode der undersøger det man specifikt går efter. Ikke alle testmetoder er relevant for at undersøge en specifik del af ens produkt. Det går f.eks. ikke at du bruger en ekspertvurdering for at finde ud af om dine hjemmeside er brugervenligt at navigerer rundt på, men en gangstertest og kortsortering ville være mere relevant. Hvad er skitser og prototyper: Skitser er et vigtigt værktøj som bliver brugt til en designproces og som er på mange måder lige på og råt tilgang. Dette bliver brugt til at fungere som en hurtig og tilgængelig visualisering til en idé. Disse skitser er enormt vigtige fordi her kan man dele sin forståelse af et design, desuden så er det ikke vigtigt at skitserne er færdige men at formålet er at kunne arbejde videre udvikle på idéen. Prototypen kan også i princippet fx være den første rå skitse, da det er en visuel udformning af ens idé. Prototypen kan mere eller mindre blive opfattet som en model da den er meget nøjagtig og man stort set ikke kan se om det blot er en model, derfor er det mange nemmere at lave skitser da de er meget rå at se på, da de er hurtigt tegnet. Hvorfor og hvordan dokumenteres resultater af tests: Usability-tests bruges til at vurdere hvor nemt ens produkt er at bruge og om det opfylder de krav ens bruger har til produktet. Derfor bruger man resultatet til at forbedre de eventuelle fejl og mangler man har fundet. Testens resultater dokumenteres via

skribenter/notater, video- og lydoptagelser optagelser og dataindsamling, og videregives til andre på den mest relevante måde for dem (fx: rapporter, resuméer eller statistikker). Gregersen, O & Wisler-Poulsen, I (2011). Usability: Testmetoder til mere brugervenlige websites på nettet. Grafisk Litteratur

Kortsorteringstest Man laver en kortsortering for at lave en struktur på ens hjemmeside → sammenhængen mellem de opdelte dele. Man tester her om brugeren kan forstå hjemmesidens opdeling → vigtig for at brugeren kan finde rundt på hjemmesiden Med kort skal deltageren ikke forholde sig til grafik, webdesign → teknologi Overvejelser inden testen: 1. Hvem/Hvor mange deltagere 2. Hvilke elementer af hjemmesiden skal testes 3. Hvilken variation af kortsorteringen skal det være... åbent eller lukket...? - Åbent: Deltageren laver selv grupper til de kortene de skal sortere - Lukket: Grupperne til kortsorteringen er lavet. Når deltageren har fordelt kortene må han/hun gøre bytte rundt på dem, husk dog at spørg indtil hvorfor det gøres. Undervejs: Hvis deltageren er forvilet, så spørg hvorfor → for at få indblik i deltagerens tanker Overvejelser efter testen: - Var antallet af kort passende? - Skal nogle af kortene rettes? - Samlede man op på de problemer der kom undervejs? Testen kan laves både tidlig og sen i processen Hvis det kun er en deltager af gangen → bed deltageren om at tænke højt (obs. Kan virke unaturligt for deltageren) Hvis der er 2 eller flere deltagere er fordelingen her, at man kan observere/lytte til kommunikationen En pilottest vil være god at lave på en eks. en ven. Man skal minimum lave 5 kortsorteringer, eller bare indtil der ikke kommer ny viden ud af en test. Man kan eks. bruge testen på menustrukturen. Man skal ikke lave mere end 50 kort → deltageren kan miste overblikket Er der tvivl om antallet af kort er passende, kan man lave en "lige på og råt" på en ven. Gregersen, O & Wisler-Poulsen, I (2011). Usability: Testmetoder til mere brugervenlige websites på nettet. Grafisk Litteratur

Alberte Kirsten Laursen 30-10-2020 Erhvervsakademi dania 1 Tekstproduktion - individuel opgave 1 skal udarbejde 2 forskellige tekster Tag udgangspunkt i en eller flere virksomheders websites, og: Omskriv en tekst fra virksomhedens website. Brug "7 geniale genveje". <https://www.vinforum.dk/vinensabc/vinproduktion/> Produktion af vin Produktionen af vin starter ved at man finder et passende sted at plante sine vinstokke, altså i det rigtige klima, man skal vedligeholde vinstokkene, ved at beskære dem vande dem korrekt og når druerne er klar til at blive plukket, går man igang med at producere vinen til en mørk eller lys vin. Det gode sted at plante sine druer Vinproduktion starter naturligt nok i marken med at plante vinstokke. Mange steder i verden kan man i princippet plante sin egen vin i haven og så gå i gang, Steder (f.eks. i EU) er der streng kontrol med tilplantning af vinmarker. Men skal vinen være god skal den have en anden placering end rosenbedet i haven! Den skal have et klima, der egner sig til vindyrkning. Klimaet dine druer skal være i for vinen bliver god Et klima, der modner druerne igennem en lang og varm (men ikke for varm) sommer med kølige sommernætter, så druerne bevarer deres syre. De skal helst plantes, så de vender rigtigt mod solen – får lidt sol giver umodne druer og for meget sol kan give overmodne druer. For at tilpasse mængden af sol kan man variere bladhængen på vinstokkene og binde planterne op på forskellig måde. Alberte Kirsten Laursen 30-10-2020 Erhvervsakademi dania 2 Vinstokkens levestandard i jorden Jorden skal være ordentlig drænet og det gør normalt ikke noget at vinstokken skal "kæmpe" for at få vand og næring. I EU er det forbudt at kunstvande, mens det mange steder i den "nye" vinverden er tilladt (f.eks. Chile og Argentina). Hvis man kunstvander, må man ikke give for meget – det udtynder vinene. Pasningen af vinstokkene - Sådan får du en god vin Udbyttet fra vinstokkene har en meget stor indflydelse på vinens kvalitet. Vil man have intense og koncentrerede vine, skal man holde udbyttet nede. For at holde udbyttet nede kan gøres ved at beskære vinstokkene kraftigt og ved "grøn høst", hvor man tidligt på sæsonen fjerner hele drueklaser for at give de tilbageblevne mere saft og kraft. Øger man udbyttet ved f.eks. at bruge for meget gødning, så får man kedelige og udtyndede vine. Selvom moderne teknikker har gjort det muligt at øge udbyttet overalt i verden, så er der grænser. Vil man have store, koncentrerede vine,

så må man betale hvad det koster og holde udbyttet på et lavt niveau. Selve vin produktionen Vinproduktion kan opdeles i består af 4 hovedprocesser: 1. Forberedelse 2. Gæring 3. Modning 4. Aftapning. Indholdet i hovedprocesser afhænger af druesorten og af hvilken vin, man vil have. Det er vigtigt at huske, at uanset hvilken vin man vil lave er saften i druerne uden farve, og det gælder også selv om drueskallen har den mørkeste blå farve eller den lyseste og blegeste grønne nuance. Druetyper

Alberte Kirsten Laursen 30-10-2020 Erhvervsakademi dania 3 Rødvins farve kommer fra drueskallerne, ikke fra saften. Rødvins garvesyre kommer også fra skaller samt kerner og en gang imellem også fra stilkene. Mere om produktion af rødvin. Man kan lave hvidvin på blå druer, hvis man ikke blander de blå druers skaller sammen med saften. Vinproduktion er i høj grad et naturfænomen. Hvis man bare lader druerne være, vil de helt automatisk selv lave vin. Saften i druerne er fuld af sukker og når skallen sprækker, så går gærcellerne, der sidder på skallen i gang med gæringsprocessen. Det er dog ikke altid, at de "naturlige" gærceller på skallen er effektive nok og så kan vinmageren bruge andre naturligt fremkommet gærceller, f.eks. dem, der naturligt er til stede i den fugtige vinkælder. Selve gæringsprocessen omdanner sukkeret til alkohol og danner på den måde vinen. Skriv en nyhedsartikel. Find på en nyhed. Ny jordlignende-planet fundet NASA-Satelit har opdaget en ny jordlignende-planet, JUK-789.06, der er 3500 lysår væk fra jorden. Om JUK-789.06 JUK-789.06 er ca. halv så stor som vores jord, den kredser om stjernen kepler-314, der er en gul dværg som vores sol. Planeten ligger i den beboeligezone fra dens sol, det vil sige at planeten aldrig bliver branendevarm eller iskold, men har en tilpas temperatur for at liv kan opstå og vand kan være flydende. JUK-789.06 har også en atmosfære der minder meget om vores jords atmosfære. Krav til liv En planet der skal kunne indholde liv, skal opfylde disse krav: - Ligge i den beboeligezone, for at varme og kulde ikke er for ekstrem - Have en atmosfære, for at planeten kan holde en konstant temperatur og for at kunne lave fotosyntese - Organisk materiale, kulstof - Have vand

Alberte Kirsten Laursen 30-10-2020 Erhvervsakademi dania 4 - Planeten skal være en klippeplanet Afstanden fra vores jord Da JUK-789.06 ligger 3500 lysår væk fra vores jord, er det umuligt at måle, hvad der er i dens atmosfære, som vi gør med de planeter, der kredser rundt om den stjerne, der er tættest på vores jord. Så JUK-789.06 må vente med at blive nærstuderet, til vi har gode nok teleskoper, til at måle ting i denne afstand, som JUK-789.06 ligger i. Selvom det vil være enormt spændende at undersøge JUK-789.06 lige nu og her.

Nyhedskriterier: • Væsentlighed: er det noget der har betydning/konsekvens for læseren? o Fx: Skatten stiger næste år. • Sensation: er det noget spændende/chokerende som læseren vil blive interesseret i? o Fx: Kvinde overlevede en måned under sammenstyrtet hus. • Konflikt: er det sager/personer der er gået mod hinanden? o Fx: Vred far anklager kommune for sjusk. • Identifikation: er det noget læseren kan genkende sig selv i så det bliver mere spændende? o Fx: Ni ud af ti danskere spiser for meget sukker. • Aktualitet: er det noget der er fokus på lige nu? o Fx: Et parti vælger en ny formand. • Egne overskrifter: o Væsentlighed: DSB lukker flere toglinjer. o Sensation: Mine faldet sammen. Flere minearbejdere meldt savnet. o Konflikt: Børnehaven sagsøger forældre for glemte madpakker. o Identifikation: Danmarks unge topper igen listen for mest druk. o Aktualitet: Drikkevand forurennet i Jylland Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

AIDA-modellen Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Nyhedstrekanten (Nyhedstrekanten med filmen "Find Nemo" som eksempel) Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Kommode-strukturen Busch, A.M. (2015). Kommunikation i multimediedesign (udg. 2). Slovenien: Hans Reizels forlag

Paradigmer Undersøgelser Analyse 1: Find et website, og afprøv de forskellige teorier. Hvilke indsigter giver de? Hvilke svar giver de? Twitch: <https://www.twitch.tv/> • Der er fokus på afsenderen, det vil dermed sige at det er i det samfundsvidenskabelige paradigme man befinder sig i. o Her er det afsenderen, der ses som den styrende i kommunikationsprocessen (det er streameren der mere styrer hvad der skal spilles - dog kan seerne komme med forslag), og paradigmet præges af en forståelse af kommunikation som transmission (via tv/pc/mobiler/konsoller). • Humanistisk paradigme fungere som underpart i forhold til at det er seere som streameren gerne vil have. o Dialog fra modtagerne (seerne) til (afsenderen) streameren via chatten, donationerne og abonnementerne til dem. Analyse 2 Analysér forskellige websites, og forsøg at beskrive, hvordan de to paradigmer kommer til udtryk. Facebook/instagram: <https://www.facebook.com/> / <https://www.instagram.com/> • Det er her det humanistiske paradigme træder i kraft, da det hele er modtageren der er fokus på. Det hele er fokuseret på hvad du kan se, samt at du kan være med i grupper DU er interesseret i. • Samfundsvidenskabelig paradigme kan træde i kraft ved at der engang imellem kommer en annonce op der er sponsoreret af facebook. f.x. at der kommer en annonce op omkring et tv tilbud, fra elgiganten, efter at du har kigget på tv på elgigantens hjemmeside. YouTube: <https://www.youtube.com/> • Humanistiske paradigme: o Dialog = man kan skrive til youtuberne og like deres videoer og abonnere på deres kanal. • Samfundsvidenskabelige paradigme: o Her er det afsenderen, der ses som den styrende i kommunikationsprocessen (youtuberne styrer det der sendes på kanalerne - dog kan seerne influere hvad youtuberne skal lave af videoer, da youtuberne kan se, hvor mange personer der liker hvilke videoer) og paradigmet præges af en forståelse af kommunikation som transmission (via tv/pc/mobiler/konsoller). Illustreret videnskab: <https://illvid.dk/> • Samfundsvidenskabelige paradigme: o Her er det afsenderen, der ses som den styrende i kommunikationsprocessen, og paradigmet præges af en forståelse af kommunikation som transmission via illustreret videnskabs artikler. Der er fokus på afsenderen og dennes placering i omverdenen. • Humanistiske paradigme: o Man kan have et abonnement hos illustreret videnskab og derved kan man finde alle deres artikler - der er noget for alle, da der er mange forskellige emner at læse om.

Erhvervsakademi Dania, Skive Multimediedesigner Skriftlig opgave Titel: Varemærker – hvorfor ikke "Dania Erhvervsakademi" som varemærket indikerer - Titel på engelsk: Logos - Why not "Dania Erhvervsakademi" as the logo indicates - Prøvens art: Skriftlig Årgang: 2020 Anslag/ tegn: 4.521 Måned/dato: 03.11.2020 Vejleder: Morten Kluw Wøldike Studerendes navn(e): Alberte Kirsten Laursen Hold: MMD 2020-22 Jeg, Alberte Kirsten Laursen, bekræfter hermed, at opgaven/projektet er udfærdiget uden uretmæssig hjælp (jf. BEK nr. 1016 af 24/08/2010 § 19 stk. 6). Underskrift: Ophavsret: Denne opgave er udarbejdet af en studerende ved Erhvervsakademi Dania, Skive, Multimediedesigner.. Opgaven er udtryk for den studerendes egne synspunkter, der ikke nødvendigvis deles af skolen. Kopiering eller anden gengivelse af opgaven, eller dele af den, er kun tilladt med forfatterens tilladelse. 1 1. Indledning I denne opgave undersøges relevante områder at gå i dybden med som multimediedesigner. Der vil være en del citater, da denne undersøgelse beror på en del regelretsorienteret materiale. Det vurderes, at fundet af disse citater vægter ligeværdigt med omskrivelser, da citaterne bevidner om fund af relevant stof i en "jungle af meget".. 2. Persondataloven / GDPR * Redegør for persondataloven / GDPR Persondataordningen og GDPR er det samme. Forordningen omtales ofte også som persondataforordningen eller som GDPR, der er den engelske forkortelse for forordningen (General Data Protection Regulation). Om forordningen, citat: "Databeskyttelsesforordningen afløser direktiv 95/46/EF (databeskyttelsesdirektivet), som i dansk ret er gennemført ved persondataloven, jf. lov nr. 429 af 31. maj 2000 om behandling af

personoplysninger, som senest ændret ved lov nr. 410 af 27. april 2017. En forordning er ifølge EU's regler almen gyldig, ligesom den er bindende i alle en lov i medlemsstaterne, og den gælder i den form, som den er vedtaget, og den må som udgangspunkt ikke gennemføres i national ret. Der må endvidere som udgangspunkt ikke være anden dansk lovgivning, der regulerer behandling af personoplysninger, i det omfang dette er reguleret i forordningen. Danmark er således forpligtet til at indrette dansk lovgivning i overensstemmelse med forordningens bestemmelser med virkning fra den 25. maj 2018." (Datatilsynet, 2020).

2 3. Immaterielle rettigheder * Redegør for hvad immaterielle rettigheder er * Hvem ejer hvad? Til hvad, kan man bruge rettigheden til et immaterielt produkt? Immaterielle rettigheder/intellektuel ejendomsret er en fællesbetegnelse for retsbeskyttelse af f.eks. kunst, billeder, litteratur, opfindelser, formgivning, designs, forretningskendetegn. "Beskyttelsen af immaterielle rettigheder er lovbestemt. Der findes forskellige love for de forskellige frembringelser, der beskyttes. Disse love benævnes ofte eneretslovene, og har visse strukturelle fællestræk. Det er navnlig ophavsretsloven, patentloven, brugsmodelloven, designloven og varemærkeloven. Der findes desuden en vis beskyttelse i markedsføringsloven." (Jura-guide.dk, 2020). Immaterielle rettigheder indeholder emnerne/overskrifterne: - Designbeskyttelse - Domænenavne og domæneklagenævnet - Ophavsret - Patent - Persondataloven - Royaltyaftale - Varemærkeregistrering (ibid.)

Designbeskyttelse Dette handler om at beskytte produktet mod plagiering, kopiering eller anden form for misbrug fra konkurrenter, og for at opnå designbeskyttelse er det nødvendigt, at ens design er nyt og ikke anvendt andre steder (ibid.).

3 Domænenavne og domæneklagenævnet Der er ofte stridigheder forbundet hermed årligt. Hvis en part har et registreret domænenavn, og som en anden person/part ønsker at bruge, ender denne sag ofte i en klage til Klagenævnet for Domænenavne (ibid.).

Ophavsret Ophavsretten i Danmark virker som en beskyttelse af "tyveri" af digitale og fysiske medier. Det er f.eks. heller ikke tilladt at "stjæle" en tekst, et foto, et design eller en video, der er beskyttet af ophavsretten og må ikke plagieres uden at få tilladelse fra opretshaveren (ibid.).

Patent Hvis man har opfundet et nyt produkt/noget nyt kan man søge patent som privatperson eller virksomhed. Betingelsen er, at det er en ny teknologi f.eks., og at den ikke allerede findes. Hvis man har et patent på en teknologi eller en opfindelse, får man en tidsbegrænset eneret til opfindelsen (ibid.).

Persondataloven Denne lov har det mål at forhindre misbrug af forbrugers oplysninger og at forhindre indsamling. Indsamlingen kan især skabe problemer i forbindelse med ansættelsesrutiner og at drive webshop (ibid.).

Royaltyaftale Det kan være en fordel at andre får lov til at benytte ens licenser under en særlig aftale. Royaltyaftaler ser ofte sådan ud, at en anden får adgang til at udvikle på et patent eller udnytte en brugsmodel til ens produkt og således afleverer en del af overskuddet til patentindehaveren (ibid.).

4 Varemærkeregistrering Idet man registrerer sit varemærke, kan man forhindre, at konkurrenter og andre kopierer Og misbruger ens varemærke. Det er en ret kompliceret proces at få et varemærke registreret. Nemmere er det dog at overvåge det, og stoppe det (ibid.).

Ophavsret Ovenfor er der gjort rede for, hvad ophavsret er. Ophavsretten betyder kort sagt, at en ophavsmand, der laver et værk, er den eneste, der må gøre nogle bestemte ting med det", så at sige en beskyttelse af "tyveri" af digitale og fysiske midler; tekst, foto, design eller video.

5 Referenceliste: Datatilsynet. 2020. "Generelt om databeskyttelse" <https://www.datatilsynet.dk/generelt-om-databeskyttelse/lovgivning> [Besøgt den 03.11.2020] Jura-guide.dk. 2020. "Immaterielle rettigheder - <https://juraguide.dk/immaterielle-rettigheder>" <https://jura-guide.dk/immaterielle-rettigheder> [Besøgt den 03.11.2020]

PORTFOLIO

FORSIDE

DESIGN

KOMMUNIKATION

WEBUDVIKLING

PROJEKTER

HTML

Eksempele på en HTML side

Intro til HTML2.pdf

Elementer og Attributter:

Billede af forklaring på elementer (tags) og attributter

Intro til HTML2.pdf

Elementer (tags):

Elementer (tags)

Intro til HTML2.pdf

Internettets Historie og serverbegrebet

Internettets historie:

Lige efter 2. Verdenskrig opfinder Vannevar Bush, amerikansk elektronikingeniør, et tekstsystem som brugerne kan surfe tilfældigt rundt i. I 1957 opsender russerne den første satellit Sputnik, som fører til at den amerikanske grundlægger forskningsagenturet DARPA. Det bliver en af grundstenene i Internettets opbygning. Det her agenturs mål er, at give USA 1. pladsen indenfor teknologi og forskning. 10 år efter kommer ARPANETTET, som er frontløberen for Internettet og overførsel af data. I 1962 finder Joseph Licklider fra MIT (Massachusetts Institute of Technology) på at samle verdens computere i ét netværk. Han bliver ansat af DARPA og agenturet skaber nu et computernetværk, der kan kommunikere byer imellem, selvom der skulle komme et atomangreb fra den Kolde Krig, der er i gang. I 1967 skaber DARPA "ARPANET", som er det computernetværk, der over 36 år udvikler sig til det Internet, der findes i dag. I 1972 kommer e-mailen til.

<https://www.dr.dk/presse/internettets-historie>

<https://internettjek.dk/blog/internettets-historie/>

WWWs historie:

I 1980'erne sker der noget indenfor Internettet: Næsten alle får adgang til en PC i hjemmet eller på arbejdspladsen, og Internettet bliver hurtigere og virksomheder kommer på Nettet. World Wide Web (WWW) opstår i CERN i Schweiz i 1990. Det er nu blevet nemt og ukompliceret at surfe rundt på Nettet. Der er kommet en browser, der læser de første websider og giver en pæn præsentation. Herefter tager udviklingen fart. Nettetets udvikling har betydet, at det er nemmere for os at kommunikere verden over, og alle kan lave deres egen hjemmeside, hvis de har lyst, og lægge den ud på verdensNettet.

<https://www.dr.dk/presse/internettets-historie>

<https://internettjek.dk/blog/internettets-historie/>

Serverbegrebet:

Serveren er en computer, der deler sit indhold på et datanet med andre computere. En computer kan være en klient og en server på samme tid. Den kan også være et program, som får forespørgsler fra nogle programmer og giver så et svar tilbage. Der findes eks. dataserver, der primært laver beregninger. Der findes også filserver, som primært opbevarer filer. Det er serverens formål, at give klienten mulighed for at finde regnekraft og/eller data. Det kunne eks. være en Webserver, som giver adgang til en HTML-side for andre maskiner, som er koblet til WWW. Begreberne klient og server kommer fra 70'ernes terminal- og mainframe-kultur.

<https://da.wikipedia.org/wiki/Server>

CSS

Generelt:

CSS = Cascading Style Sheets

I CSS stiler man sin hjemmeside. CSS'en, som man benytter i sin HTML bliver refereret i sin HTML, angives som rules (styles). En samling af rules kaldes et StyleSheet.

Intro til CSS.pdf

CSS syntaks:

Billede af forklaring på CSS syntaks

Intro til CSS.pdf

CSS selectors:

CSS selectors hjemmeside

Opgaver:

Hjemmesiden med Citat fra Albert Einstein

Hjemmesiden med Citat om 'at leve'

Hjemmesiden om sejlbåden

CSS grid

CSS grid model

Før i tiden blev funktionerne Floate og Clear anvendt til at placere sine billeder med på sin hjemmeside, men de er vanskeligt at bruge, hvorimod grid selv regner bredde ud på billederne, man bruger.

Grids2.pdf

Opgave:

CSS grid opgave

Responsive design

Statisk Webdesign:

Dette layout er lavet til faste mål (fixed width), da det ikke ændrer ved forskellige skærmstørrelser. Det resulterer i, hvis billedet er stort nok til at fylde hele skærmen, at der ikke bliver "luft" i siderne af billedet. Ulempen ved dette layout er, at det ikke fungerer særlig godt på andre skærmstørrelser end den tiltænkte. Eksempel

responsive_i_praksis.pdf

Fluid Webdesign:

I dette layout tilpasser elementerne (eks. billederne) sig selv i bredden. Man skal her angive bredder, typisk i procent. Det er en fordel, da elementerne derved kan blive meget smalle og derfor passe til en mobileversion, og det udnytter pladsen bedre på desktopversionen.

Der er dog grænser for, hvor smalle de kan blive. Dette layout bruges, når man vægter indholdet og funktionalitet af sin hjemmeside over grafisk design. Eksempel

responsive_i_praksis.pdf

Responsive Layout:

Dette layout består gerne af det fluid layout, og dertil kommer en række regler, der ændrer på ens layout afhængigt af ens skærmbredde. Her bruger man @media. Tankegangen her er "Mobile first".
Eksempel

responsive_i_praksis.pdf

Adaptive Layout:

Dette layout er en mellemting mellem statisk- og responsive layout. Dvs. at det består af nogle statiske layouts og styres af @mediaqueries. Ved skærmstørrelser, der ikke rammer break points, vil der ofte være for megen eller for lidt plads.

Dette layout bruges, hvis man skal konvertere et statisk layout til et responsivt layout uden at omskrive alt. Her er tankegangen "Mobile last". Eksempel

responsive_i_praksis.pdf

Opgave:

Opgave om Responsive layout

Media features:

Der er mange media features, som eks. antal farver, enheden kan vise, skærmoplæsningen i dpi/dpcm m.f., men dem man bruger mest, er min-width og/eller max-width.

responsive_i_praksis.pdf

Breakpoint:

Det er den bredde, hvor en regel overtager fra en til en anden. På en responsive webside er der ofte mindst to (gerne flere) breakpoints. Eks. Mobile - mindre end.

responsive_i_praksis.pdf

Viewport:

Det er et meta-tag. Den kan fortælle, at mobile enheder ikke skal skalere, dvs. presse et desktop-site ned på arealet. Hvis man ikke angiver dette, vil mediaqueries ikke virke. Eksempel

responsive_i_praksis.pdf

Mobile first:

Mobile first tager udgangspunkt i et indholdshierarki. Den er den foretrukne designstrategi. Først laver man CSS, der fungerer på mobile, derefter kan man gradvist gøre min-width tallene større, således at de passer til større enheder som tablet eller desktop.

responsive_i_praksis.pdf

Desktop first:

Hvis man laver denne designstrategi, er det fordi man typisk forsøger at gøre et desktopsite, der allerede eksisterer, til et responsivt layout. Dvs. at man har en CSS, der fungerer på desktop, og derefter gør man max-width tallene til gradvist at blive mindre, således at det passer på mindre enheder som mobile eller tablet.

responsive_i_praksis.pdf

Versionsstyring

Opgave:

Opgaven om Versionsstyring og GitHub

versionsstyring.pdf

PHP (PHP Hypertext Preprocessor)

Navet er et rekursivt akronym.

PHP er skrevet af danskeren Rasmus Lerdorf, og er det mest udbredte sprog til dynamiske websider. Det låner sprog fra Pearl, Java, C m.f.

PHP kan indsætte, hvad eks. klokken er i den aktuelle tid, modtage information og derefter bearbejde informationen fra en formular, styre hvilke sider der skal vises, include (indsætte stumper af koden i siden), gemme informationer ved at læse data fra databaser m.f.

serverside.pdf

Frameworks & Bootstrap

Frameworks

Frameworks er en samling af kodeelementer, man kan anvende til at lave et layout og funktionalitet på en effektiv og struktureret måde.

Opgave:

Opgave: Bootstrap

Informationsarkitektur

LATCH

5 måder at organisere information på:

Location

Alpabet

Time

Category

Hierarchy

Øvelse

Organisering af LEGO

informationsArkitektur.pdf

Kilder

bootstrapIntro.pdf (Besøgt d. 29/12 2020)

Grids2.pdf (Besøgt d. 29/12 2020)

<https://da.wikipedia.org/wiki/Server> (Besøgt d. 29/12 2020)

<https://getbootstrap.com/> (Besøgt d. 19/10 2020)

<https://internettjek.dk/blog/internettets-historie/> (Besøgt d. 29/12 2020)

<https://www.dr.dk/presse/internettets-historie> (Besøgt d. 29/12 2020)

informationsArkitektur.pdf (Besøgt d. 19/10 2020)

Intro til CSS.pdf (Besøgt d. 29/12 2020)

Intro til HTML2.pdf (Besøgt d. 29/12 2020)

responsive_i_praksis.pdf (Besøgt d. 29/12 2020)

serverside.pdf (Besøgt d. 29/12 2020)

versionsstyring.pdf (Besøgt d. 29/12 2020)

Eksempel på en HTML side Intro til HTML2.pdf

Elementer (tags) og Attributter forklaring: Intro til HTML2.pdf

Elementer (tags):

Overskrifter (headings): `<h1></h1>`, `<h2></h2>`, `<h3></h3>` osv.

Semantiske tags: `<header></header>` og `<footer></footer>`.

Sektioner: `<section></section>`, den minder om `<article></article>` og `<aside></aside>`.

Denne formel fortæller hvad der hører sammen = den har derfor en betydning (semantisk).

Tekstafsnit:

- Afsnit (paragraphs): `<p></p>` = semantisk
- Indeling (division): `<div></div>` = ikke semantisk
- Område (span): `` = ikke semantisk

Ordrede og uordrede lister: ``, `` elementer i listen : ``

Definitionslistor: Titlen = `<dt></dt>` Det som titlen handler om = `<dd></dd>`

Links: Anchor tag `<a + attributter>` og slutter med ``

eks:

Billeder: ``

Kommentarer: `<!-- -->`

Intro til HTML2.pdf

CSS syntaks: Intro til CSS.pdf

CSS Selectors

CSS Selectors er en måde, at udvælge det man vil style i ens stylesheet. Der er en bred vifte af CSS Selectors til rådighed, hvilket giver mulighed for finkornet præcision, når du vælger elementer og andet til at style.

Simple selectors:

Elements: Et HTML element som for eksempel: p, article, section, footer, header, headings og meget mere. Et Element selector er den mindst specifikke selector ud af de simple selectors. Det gør, at Elements er et godt valg til at skrive generisk kode, som skal styre 'stylen' på det meste af din webside.

Classes: En Class er en style, som kan blive brugt på forskellige måder på den samme webpage. Den er mere specifik end et 'element' selector, hvilket betyder, at den let kan ignorere et 'element' styling hvis ønsket. En 'class' starter altid med et punktum i din stylesheet, og de kaldes via 'class' attributen i dit HTML dokument.

IDs: Et ID er en 'style', der kun kan bruges én gang pr. side da det er en "identifier". Det er den mest specifikke af alle 'simple selectors', og kan ignorere styling fra 'classes' og 'elements'. Et 'ID' starter altid først med et hashtag (#) i dit stylesheet, og de kaldes via 'ID' attributen i dit HTML dokument.

Css selectoren: .class

Eksempel: .intro

Vælger alle elementer med class ID'et "intro".

Css selectoren: #id

Eksempel: #navn

Vælger alle elementer med id="navn"

Css selectoren: element

Eksempel: p

Vælger alle "p" elementer

Css selectoren: :nth-child (n)

Eksempel: :nth-child(2)

Vælger det element der er det andet "barn" til sin forældre

Css selectoren: *

Eksempel: *

Vælger alle elementer

Css selectoren: element~element

Eksempel: h1~p

Vælger alle elementer (p) der er forudgående for (h1) elementet - Kaldes: General sibling selector.

Css selectoren: element~elemen

Eksempel: h1~p

Vælger alle elementer (p) der er forudgående for (h1) elementet - Kaldes: General sibling selector.

Css selectoren: :target

Eksempel: #part1 og #part2

Vælger det aktive element med #part1 eller #part2 dvs. den formaterer (eks. sætter farve omkring) elementet med specificerede ID på siden.

Css selectoren: attribute

Eksempel: [title]

Vælger alle elementer med et 'title' attribute.

Css selectoren: [attribute^=value]

Eksempel: [title^="fi"]

Vælger attributter hvis værdi starter med en given værdi. I det viste eksempel alle tags hvor title-attributten starter med "fi"

[Eksemplerne - hjemmesider](#)

CSS Selectors

Velkommen,

Naib og Alberte

Adjacent og general siblings selectors

Her er noget grønt brødtekst til brug af eksempel.

En 'aside' inde i en article

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit **Suspendisse** varius, ipsum at molestie vestibulum, *turpis magna sodales sem, nec varius diam justo et nibh **Phasellus pharetra**. lacus tristique leo dignissim tincidunt.*

Donec ac malesuada ante. Cras ut pulvinar eros. Cras imperdiet eleifend elit vitae elementum. **Proin lacinia** risus neque, ut volutpat nisl sodales vel. Aenean est velit, porttitor sit amet velit

Table of content

- [Part 1](#)
- [Part 2](#)

Targets kan være brugbare!

Nunc lorem nisi, consectetur eu nulla a, imperdiet hendrerit odio. Curabitur rhoncus arcu eget felis commodo, vel consequat felis vulputate. Praesent arcu

diam, imperdiet vel mi a, sagittis fermentum neque. Phasellus urna odio, ultricies id ligula sed, mollis commodo nibh. Nulla facilisi.

Part 1

Phasellus tempor a felis et vestibulum. Morbi tortor purus, rhoncus non luctus sit amet, euismod vel massa. Cras dapibus at elit vel convallis. Curabitur vitae dui velit. Nulla in dui lacus.

Part 2

Phasellus lectus mauris, bibendum ac laoreet ut, vulputate sit amet arcu. Pellentesque suscipit ultrices mauris eget finibus. Vestibulum at nisl velit. Phasellus et sodales turpis, et porttitor urna.

Beginning substring attribute selector

- Number one
- Number two
- Third one
- Fourth
- The last number

[Visit Google](#)

[Til toppen](#)

[gå til den orginale hjemmeside](#)

Hvis et rodet skrivebord tyder på et rodehoved, så er jeg glad for at jeg ikke har et tomt skrivebord

Albert Einstein

At rejse

sig

er at leve

Ukendt

Hallberg Rassy P28

En klassiker blandt sejlbåde

P28 har gode sejlegenskaber, og ser godt ud

En båd, der ser godt ud, sejler også godt.

Om P28

P28 er tegnet af den legendariske svenske bådbygger Harry Hallberg i 1955. De første både blev bygget til det amerikanske marked, og markedsført i samarbejde med Albin motorfabrikken, der også leverede den 10 hestekræfter store benzindrevne indenbordsmotor.

Båden blev oprindeligt bygget i træ. Men Hallberg, der allerede havde etableret en effektiv serieproduktion af båden, så hurtigt ideen i at anvende glasfiber. Allerede i 1963 kunne han tilbyde en version i glasfiber, men enkelte kunder var skeptiske over for dette nye materiale, og helt frem til 1970 kunne man vælge mellem skrog i træ eller glasfiber.

Den tidligere lærling Christoph Rassy overtog værftet i 1972, og satsede på glasfiber alene. Han ændrede en smule ved konstruktionen af hækken, således at båden fik endnu flottere linier, og blev to fod længere, hvilket også yderligere styrkede de fine sejlegenskaber.

Data:

Tegnet af Harry Hallberg

Bygget i 534 eksemplarer

Båden var den første succesfulde serieproducerede båd med glasfiberskrog og træoverbygning

Den første jordomsejling i en P28 fandt sted i 1971-1972

Båden er annerkendt som svensk kulturarv

I Danmark sejler flere velholdte eksemplarer, både med træ og glasfiberskrog

Priserne varierer fra 1 krone for en forsømt båd op til ca. 100.000 for et velholdt eksemplar

I 1972 overtog Christoph Rassy værftet

Rassy ændrede samtidig hækken fra en negativ til positiv, og forlængede dermed skroget til 30 fod

Links

Hallberg-Rassy

Facebookgruppen

© nogen i det herrens år 2019 og hvad man ellers sætter i footeren

1

2

3

4

5

6

7

Statisk webdesign: responsive_i_praksis.pdf

Fluid webdesign: responsive_i_praksis.pdf

Responsive layout: responsive_i_praksis.pdf

Adaptive layout: responsive_i_praksis.pdf

Denne side er responsiv

Hvis skærmen er mere en 500 pixels bred, er teksten gul på sort, er skærmen smallere er teksten sort på gul

© copyright Niels Østergaard 2017

Viewport: responsive_i_praksis.pdf

Versionsstyring ● Beskriv hvad versionsstyring er, og hvorfor det er relevant at bruge: ○ Versionsstyring viser hvis man har ændret i en fil man bruger eks til at udvikle en software. Derved kan man holde styr på ens ændringer, og altid gå tilbage til en gammel version af ens fil for at se hvilke ændringer man har foretaget eller hvem der har foretaget ændringen, hvis man er flere der arbejder på softwaren. ○ Det er relevant at bruge især når man arbejder sammen med andre om at lave en website da man sammen kan se hvor, hvad, hvordan og hvorfor man har redigeret i det. ○ I udviklingen af et website er det også relevant at bruge, da man beholder de “gamle” filer. Man kan altså udvikle og forbedre over en længere periode, uden at ændre i de originale filer. ○ Man kan altid vende tilbage til den tidligere version, hvis den aktuelle version er beskadiget, man har lavet en fejl eller hvis den tidligere version er bedre. ● Beskriv kort hvad Git er, og hvad GitHub er: ○ Git: ■ En standard (protokol) ■ Det er en lokal VCS-software, der gør det muligt for udviklere at gemme snapshots af deres projekter over tid. ■ Det fungerer bedst hvis man arbejder individuelt ■ Man kan selv opsætte sin egen git-server ■ Bruges ofte, hvis man ikke vil have sine filer lagt på nettet. (Fx hvis de skal være beskyttet) ○ GitHub: ■ Det er en webbaseret platform, der indeholder gits version control funktioner, så de kan bruges i samarbejde. Det inkluderer også projekto og teamstyringsfunktioner samt muligheder for netværk og social kodning. ■ “Et socialt medie” ■ Server på nettet, så man ikke behøves at opsætte sin egen. ● Med anvendelse af skærbilleder fra GitHub og GitHub Desktop beskriver du et eksempel på oprettelse af et repository til et website, og hvordan der kan anvendes versionsstyring. Kilder: ○ versionsstyring.pdf (besøgt d. 21/09 2020) ○ <https://github.com/> (besøgt d. 21/09 2020)

Navbar

Hello, world!

PORTFOLIO

FORSIDE

DESIGN

KOMMUNIKATION

WEBUDVIKLING

PROJEKTER

Introforløb - Hackathon (Skive festival)

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Fase 4

Vores maskot - hajen Jaxon

PowerPoint præsentationen

Design thinking (Wireframes)

Empathize

Vores prototype

Lyden af Danmark

One page

Ideate

Moodboard

Wireframes

Prototype (Adobe XD) - Mobile version

Prototype (Adobe XD) - Desktop version

Link til GitHub repository

Link til vores side

Uddannelsessted: Hold: Dato: Erhvervsakademi Dania sk20mmsx120 02-09-2020 Skive Festival Side 1 af 3 Navne: Alberte Kirsten Laursen Christine Agerbo Bendtsen Jonas Hawthorn Mikkelsen Naib Nokhidovich Sagaev Nuunu Inaluk Friis Andreasen Heva Horo Skole: Dania Skive Hold: MMD(Multimediedesign) Semester: 1. semester Gruppe: Gruppe 1. Vejledere: Carsten Kjeldsen Bogner Morten Kluw Wøldike Schmith Niels Østergaard Uddannelsessted: Hold: Dato: Erhvervsakademi Dania sk20mmsx120 02-09-2020 1. Empathise Output: 10-15 linjer/punkter eller billeder, der kort og klart beskriver, hvad I har fundet ud af om organisationen (Skive Festival), kunderne, udfordringer, muligheder og potentialer. Hvad er Skive Festival? - Skive Festival (tidligere 'Skive Beach Party') er en multi-festival som hvert år bliver holdt på strandtangen ved lystbådehavnen i Skive. - Skive Festival blev afholdt første gang i 1992. - Festivalen har 4 scener og byder på musik i alle genrer og teltplads til flere end 2000 gæster. Mad- og drikkeboder findes på pladsen. Parkering tæt på pladsen er muligt. - Skive Festival har en bred målgruppe, og vil gerne nå ud til flest mulige mennesker i alle aldre og fra hele landet. Det ses blandt andet ved, at der er indsat natbusser til Herning, Thisted og Viborg osv. Der er også mulighed for et mere luksuriøst "ophold", med forplejning og ad libitum i det der bliver kaldt Waterfront. - Efter et dårligt år i 2010 og en dårlig periode efterfølgende, er Skive Festival ved at være "ovenpå" igen efter valg af ny bestyrelse i 2017. - Skive Festivals målsætning er, at få ca. 15.000 gæster i 2021. - En partoutbillet til 3 dage koster 995,00. Side 2 af 3 Uddannelsessted: Hold: Dato: Erhvervsakademi Dania sk20mmsx120 02-09-2020 - På Facebook har Skive Festival

29.208 likes og 28.246 følgere. På Instagram har de 2.320 følgere. På Facebook har 51 personer bedømt Skive Festival til 4,5 stjerner. - Kontantløs festival, med muligheder for at betale med en chip på armbåndet. Betalingskort og mobilepay kan også benyttes. - Skive Festivals sponsorer: Side 3 af 3

Uddannelsessted: Hold: Dato: Erhvervsakademi Dania sk20mmsx120 02-09-2020 Skive Festival Side 1 af 3 Navne: Alberte Kirsten Laursen Christine Agerbo Bendtsen Jonas Hawthorn Mikkelsen Naib Nokhidovich Sagaev Nuunu Inaluk Friis Andreasen Heva Horo Skole: Dania Skive Hold: MMD(Multimediedesign) Semester: 1. semester Gruppe: Gruppe 1. Vejledere: Carsten Kjeldsen Bogner Morten Kluw Wøldike Schmith Niels Østergaard Uddannelsessted: Hold: Dato: Erhvervsakademi Dania sk20mmsx120 02-09-2020 1. Empathise Output: 10-15 linjer/punkter eller billeder, der kort og klart beskriver, hvad I har fundet ud af om organisationen (Skive Festival), kunderne, udfordringer, muligheder og potentialer. Hvad er Skive Festival? - Skive Festival (tidligere 'Skive Beach Party') er en multi-festival som hvert år bliver holdt på strandtangen ved lystbådehavnen i Skive. - Skive Festival blev afholdt første gang i 1992. - Festivalen har 4 scener og byder på musik i alle genrer og teltplads til flere end 2000 gæster. Mad- og drikkeboder findes på pladsen. Parkering tæt på pladsen er muligt. - Skive Festival har en bred målgruppe, og vil gerne nå ud til flest mulige mennesker i alle aldre og fra hele landet. Det ses blandt andet ved, at der er indsat natbusser til Herning, Thisted og Viborg osv. Der er også mulighed for et mere luksuriøst "ophold", med forplejning og ad libitum i det der bliver kaldt Waterfront. - Efter et dårligt år i 2010 og en dårlig periode efterfølgende, er Skive Festival ved at være "ovenpå" igen efter valg af ny bestyrelse i 2017. - Skive Festivals målsætning er, at få ca. 15.000 gæster i 2021. - En partoutbillet til 3 dage koster 995,00. Side 2 af 3 Uddannelsessted: Hold: Dato: Erhvervsakademi Dania sk20mmsx120 02-09-2020 - På Facebook har Skive Festival 29.208 likes og 28.246 følgere. På Instagram har de 2.320 følgere. På Facebook har 51 personer bedømt Skive Festival til 4,5 stjerner. - Kontantløs festival, med muligheder for at betale med en chip på armbåndet. Betalingskort og mobilepay kan også benyttes. - Skive Festivals sponsorer: Side 3 af 3

Uddannelsessted: Hold: Dato: Erhvervsakademi Dania sk20mmsx120 02-09-2020 Skive Festival Side 1 af 3 Navne: Alberte Kirsten Laursen Christine Agerbo Bendtsen Jonas Hawthorn Mikkelsen Naib Nokhidovich Sagaev Nuunu Inaluk Friis Andreasen Heva Horo Skole: Dania Skive Hold: MMD(Multimediedesign) Semester: 1. semester Gruppe: Gruppe 1. Vejledere: Carsten Kjeldsen Bogner Morten Kluw Wøldike Schmith Niels Østergaard Uddannelsessted: Hold: Dato: Erhvervsakademi Dania sk20mmsx120 02-09-2020 1. Empathise Output: 10-15 linjer/punkter eller billeder, der kort og klart beskriver, hvad I har fundet ud af om organisationen (Skive Festival), kunderne, udfordringer, muligheder og potentialer. Hvad er Skive Festival? - Skive Festival (tidligere 'Skive Beach Party') er en multi-festival som hvert år bliver holdt på strandtangen ved lystbådehavnen i Skive. - Skive Festival blev afholdt første gang i 1992. - Festivalen har 4 scener og byder på musik i alle genrer og teltplads til flere end 2000 gæster. Mad- og drikkeboder findes på pladsen. Parkering tæt på pladsen er muligt. - Skive Festival har en bred målgruppe, og vil gerne nå ud til flest mulige mennesker i alle aldre og fra hele landet. Det ses blandt andet ved, at der er indsat natbusser til Herning, Thisted og Viborg osv. Der er også mulighed for et mere luksuriøst "ophold", med forplejning og ad libitum i det der bliver kaldt Waterfront. - Efter et dårligt år i 2010 og en dårlig periode efterfølgende, er Skive Festival ved at være "ovenpå" igen efter valg af ny bestyrelse i 2017. - Skive Festivals målsætning er, at få ca. 15.000 gæster i 2021. - En partoutbillet til 3 dage koster 995,00. Side 2 af 3 Uddannelsessted: Hold: Dato: Erhvervsakademi Dania sk20mmsx120 02-09-2020 - På Facebook har Skive Festival

29.208 likes og 28.246 følgere. På Instagram har de 2.320 følgere. På Facebook har 51 personer bedømt Skive Festival til 4,5 stjerner. - Kontantløs festival, med muligheder for at betale med en chip på armbåndet. Betalingskort og mobilepay kan også benyttes. - Skive Festivals sponsorer: Side 3 af 3

Uddannelsessted: Hold: Dato: Erhvervsakademi Dania sk20mmsx120 02-09-2020 Skive Festival Side 1 af 3 Navne: Alberte Kirsten Laursen Christine Agerbo Bendtsen Jonas Hawthorn Mikkelsen Naib Nokhidovich Sagaev Nuunu Inaluk Friis Andreasen Heva Horo Skole: Dania Skive Hold: MMD(Multimediedesign) Semester: 1. semester Gruppe: Gruppe 1. Vejledere: Carsten Kjeldsen Bogner Morten Kluw Wøldike Schmith Niels Østergaard Uddannelsessted: Hold: Dato: Erhvervsakademi Dania sk20mmsx120 02-09-2020 1. Empathise Output: 10-15 linjer/punkter eller billeder, der kort og klart beskriver, hvad I har fundet ud af om organisationen (Skive Festival), kunderne, udfordringer, muligheder og potentialer. Hvad er Skive Festival? - Skive Festival (tidligere 'Skive Beach Party') er en multi-festival som hvert år bliver holdt på strandtangen ved lystbådehavnen i Skive. - Skive Festival blev afholdt første gang i 1992. - Festivalen har 4 scener og byder på musik i alle genrer og teltplads til flere end 2000 gæster. Mad- og drikkeboder findes på pladsen. Parkering tæt på pladsen er muligt. - Skive Festival har en bred målgruppe, og vil gerne nå ud til flest mulige mennesker i alle aldre og fra hele landet. Det ses blandt andet ved, at der er indsat natbusser til Herning, Thisted og Viborg osv. Der er også mulighed for et mere luksuriøst "ophold", med forplejning og ad libitum i det der bliver kaldt Waterfront. - Efter et dårligt år i 2010 og en dårlig periode efterfølgende, er Skive Festival ved at være "ovenpå" igen efter valg af ny bestyrelse i 2017. - Skive Festivals målsætning er, at få ca. 15.000 gæster i 2021. - En partoutbillet til 3 dage koster 995,00. Side 2 af 3 Uddannelsessted: Hold: Dato: Erhvervsakademi Dania sk20mmsx120 02-09-2020 - På Facebook har Skive Festival 29.208 likes og 28.246 følgere. På Instagram har de 2.320 følgere. På Facebook har 51 personer bedømt Skive Festival til 4,5 stjerner. - Kontantløs festival, med muligheder for at betale med en chip på armbåndet. Betalingskort og mobilepay kan også benyttes. - Skive Festivals sponsorer: Side 3 af 3

Vores maskot - Hajen Jaxon

Skive Festival Trænger du til et afbræk fra din hverdag? (video af Maskotfisken Jaxon, der lige er kommet hjem fra job. Jaxon er udmattet efter en lang dag på jobbet og er meget træt) Vil du gerne høre god live musik i alle genrer? (Jaxon ligger på sofaen med høretelefoner og hører god musik føler sig alene og mut) Slip for madlavning og opvask! (Jaxon kigger opgivende på en fyldt opvask) Nyd en eller flere øl med venner eller familien (Jaxon sidder i lænestol og drikker et glas kedelig vand og virker mut) Har du det ligesom Jaxon?? Inviter din partner, nabo eller venner til Stemningsbilleder fra tidligere år Vi garanterer hygge, god musik og fest Mulighed for luksus i Waterfront Forplejning og drikkevarer ad libitum Pris fra kun 995,00 Vi ses d. 3.-5. juni 2021 på Strandtangen i Skive. Køb dine billetter på vores skivefestival.dk Video af jaxon, der synger jinglesangen ved en festivalscene, der hygger sig med vennerne

Naib, Lissi, Erhvervsakademiet Dania 06/10/2020 Alberte, Sebastian Design Thinking Empathize Dyb forståelse <https://www.verdensmaalene.dk/fakta/verdensmaalene> Livet i havet - Havet er presset af kvælstof og fosfor fra landbrugs-, transport- og energisektoren, som øger algeproduktion og medfører iltsvind på havbunden. - Der bliver overfisket med 30% hvilket er langt over det niveau, hvor fiskebestandene kan reproducere bæredygtigt. - I gennemsnit er der 13.000 stykker plastikaffald på hver kvadratkilometer i havet. - Havene

indfanger en stor del af den CO2 som mennesker udleder, og oceanerne dæmper derfor klimaforandringer. De varmere have medfører kraftigere storme. - Det varmere vand med større indhold af CO2 er skadeligt for koralrev og skaldyr. - Plastic fylder fisk og fugles fordøjelsessystem og indgår som partikler i fødekæderne. - Landbrugsaffald (pesticider) lammer eller dræber liv i havet. - Danmarks bidrag til havforurening stammer mest fra næringssalte fra landbruget ved udledning gennem vandløb, hvilket stimulerer algevækst. - De fleste af de kemiske stoffer, der kan havne i havet, er persistente hvilket vil sige at de nedbrydes meget langsomt, og dermed kan nå at gøre skade i mange år frem, når de først er endt i miljøet. - I de seneste år er der blevet registreret plast i maven på næsten alle havfugle, som er blevet undersøgt for plast i maven, samt hver fjerde undersøgte fisk. 1 - Omkring halvdelen af luftens ilt kommer fra algerne i havet. - Fangsten af fisk, skaldyr og blæksprutter giver mad på bordet for omkring tre milliarder mennesker. - Der skal gives små traditionelle fiskere adgang til havressourcer og markeder. 1 <https://www.dn.dk/vi-arbejder-for/vand/hav/forurening-af-havet/> Side 1 Naib, Lissi, Erhvervsakademiet Dania 06/10/2020

Alberte, Sebastian Livet på Land Planteliv leverer 80 procent af vores kost Vi er afhængige af vores landbrug Skove dækker 30% af jordens overflade De er vitale levesteder for millioner af arter Vigtige kilder til ren luft og vand Afgørende for bekæmpelse af klimaforandringer Bæredygtig udvikling søger at bevare og genoprette terrestriske (det, der er knyttet til det faste land) økosystemer som skove, vådområder, tørre områder og bjerge inden 2030. Bæredygtig forvaltning af skove Standsning af afskovning <https://www.verdensmaalene.dk/maal/15> Interessante links: <https://naturstyrelsen.dk/lokale-enheder/himmerland/> <https://www.rebildporten.dk/rebild/ud-i-naturen/rold-skov> <https://mfvm.dk/> <https://naturstyrelsen.dk/> Definer Problemet Framing Fokus på Livet på Land Hvordan kan vi lave en app, der hjælper folk med at nyde naturen? Spørgsmål Nyder du at bruge tid i naturen? Hvorfor? Hvorfor ikke? Hvor meget tid bruger du i gennemsnit i naturen om ugen? Side 2 Naib, Lissi, Erhvervsakademiet Dania 06/10/2020

Alberte, Sebastian Ville du ønske du brugte mere tid i naturen? Har du et yndlingssted i naturen? Kommer du der alene eller med venner? Bruger du penge på outdoor udstyr? Vandrestøvler, bukser, regntøj. Er du medlem af en forening, som giver dig naturoplevelser? F.eks. Vandrekлуб, spejder, solnedgangs-kiggere, stormjægere? Besvarelser Isabella, Sygeplejerske Nyder du at bruge tid i naturen? Hvorfor? Hvorfor ikke? Nyder at bruge tid i naturen til at abstrahere fra hverdagens tidspres og stress. Det er en god måde at få ens tanker samlet. Hvor meget tid bruger du i gennemsnit i naturen om ugen? ... alt for lidt. Ville du ønske du brugte mere tid i naturen? Absolut. Har du et yndlingssted i naturen? Jep! Badebroen nede ved viborg sø! Kommer du der alene eller med venner? Begge dele! Bruger du penge på outdoor udstyr? Vandrestøvler, bukser, regntøj. Nope. Er du medlem af en forening, som giver dig naturoplevelser? F.eks. Vandrekлуб, spejder, solnedgangs-kiggere, stormjægere? Nope

Josefine, Fotograf Nyder du at bruge tid i naturen? Hvorfor? Hvorfor ikke? Ja. Det giver mig en følelse af frihed. Hvor meget tid bruger du i gennemsnit i naturen om ugen? Side 3 Naib, Lissi, Erhvervsakademiet Dania 06/10/2020

Alberte, Sebastian 15-20 timer Ville du ønske du brugte mere tid i naturen? Ja. Det bliver tidligt mørkt i min fritid... Har du et yndlingssted i naturen? Ja. Træstammen over bækken i baghaven, med udsigt over bakker og køer. Kommer du der alene eller med venner? Altid med Z. (Hendes kæreste) Bruger du penge på outdoor udstyr? Vandrestøvler, bukser, regntøj. Nope. Er du medlem af en forening, som giver dig naturoplevelser? F.eks. Vandrekлуб, spejder, solnedgangs-kiggere, stormjægere? Nope.

Cecillie, Graphic Storyteller, Illustrator, Teacher Nyder du at bruge tid i naturen? Hvorfor? Hvorfor ikke? Elsker det! Jeg føler jeg husker at trække vejret, når jeg har træer og vand omkring mig. Det giver mig et pusterum. Hvor meget tid bruger du i gennemsnit i naturen om ugen? Desværre kun et par timer Ville du ønske du brugte mere tid i naturen? Ja. Har du et yndlingssted i naturen? Bænken ved Viborg Sø - eller Ishøj strand Kommer du der alene eller

med venner? Begge dele. Jeg nyder det især alene. Bruger du penge på outdoor udstyr? Vandrestøvler, bukser, regntøj. Nej Er du medlem af en forening, som giver dig naturoplevelser? Nej Linda, Ansat v. Bronuts Nyder du at bruge tid i naturen? Hvorfor? Hvorfor ikke? Side 4 Naib, Lissi, Erhvervsakademiet Dania 06/10/2020 Alberte, Sebastian Ja, det er mit yndlings sted! Det er så fredfyldt og ikke præget voldsomt meget af menneskerne (endnu). Det giver en fornemmelse af ro og dét at vide, at man egentlig bare er en lille del af en stor enhed, giver også en fornemmelse af indre ro. Og når man har vokset op et sted med naturen omkring én, så tror jeg også den giver en form for barndomsminder, hvor der ingen bekymring var. Hvor meget tid bruger du i gennemsnit i naturen om ugen? For lidt. Men i hvert fald 3 gode timer. Ville du ønske du brugte mere tid i naturen? Ja, virkelig. Men man skal jo længere og længere væk for at komme ud til de gode spots (når man bor nær storbyen). Har du et yndlingssted i naturen? Vokslev ❤️ Når man går ned ad marken bag huset og ned til åen - der er bare mange minder derfra. Og måske generelt naturen i Norge, fordi det er så smukt. Kommer du der alene eller med venner? Både alene - men også med Marc og har haft Hjalte med nede og kigge. Bruger du penge på outdoor udstyr? Vandrestøvler, bukser, regntøj. Jeg har brugt penge på både vandrestøvler og regnjakke 🧥 Er du medlem af en forening, som giver dig naturoplevelser? F.eks. Vandre-klub, spejder, solnedgangs-kiggere, stormjægere? Jeg er vinterbader i Store Øksø. Line, Pædagog Nyder du at bruge tid i naturen? Hvorfor? Hvorfor ikke? Jeg elsker det, det giver mig frirum til at tænke og nyde skønheden ved naturen og dyrene i den. Side 5 Naib, Lissi, Erhvervsakademiet Dania 06/10/2020 Alberte, Sebastian Hvor meget tid bruger du i gennemsnit i naturen om ugen? 4-6 timer alt efter forbehold. Ville du ønske du brugte mere tid i naturen? Ja Har du et yndlingssted i naturen? Steder hvor jeg kan være alene, skove og søer er mine primære yndlingssteder. Kommer du der alene eller med venner? Begge dele, men primært alene. Bruger du penge på outdoor udstyr? Vandrestøvler, bukser, regntøj. Nej. Er du medlem af en forening, som giver dig naturoplevelser? F.eks. Vandre-klub, spejder, solnedgangs-kiggere, stormjægere? Nej. Overvejelser Hvad kan vi gøre, for at motivere folk til at tage ud i naturen? Er der noget vi kan gøre, for at bringe naturen til dem? Er der noget vi kan gøre, for at gøre naturforeninger mere interessante? Ideate Idéudvikling Til idéudviklingsfasen startede vi først og fremmest med at brainstorme, for at få en overordnet idé om, hvilke funktioner den skulle have, og hvad vores app skulle kunne gøre for, at den kan være en løsning til vores problemformulering. Vores endelige app idé er en app, som folk kan anvende til at være en del af opbygningen og støtning af naturen så den kan trives, imens man som bruger, selv får en god oplevelse ved brug af app'en. Til videreudvikling af vores app idé, kom vi på en del idéer, blandt andet en vandre-hjælp/guide app som fortæller brugeren, om det lokalområde man er lokaliseret ved, på samme tid med, at man går ad naturstierne på området. På den måde får man ikke bare kun de visuelle oplevelser, men derudover får man også Side 6 Naib, Lissi, Erhvervsakademiet Dania 06/10/2020 Alberte, Sebastian lært at kende det område, både historien om området, og generelt andre spændende ting. En anden idé vi havde, var at skabe en app, som er med til at hjælpe naturfonder med at bevare naturen, ved at man igennem app'en kan lytte til lyde af naturlivet fra populære naturområder. Vi fik skrevet idéer ned i form af hvad app'en kunne have af funktioner for at optimerer den til app'ens formål. Lydene/videorne som app'en afspiller, er beroligende og kan bruges til at slappe af, eller være en hjælp til at falde i søvn. Ved at lytte, er man med til at indsamle penge, som går til forskellige naturfonder, lidt ligesom donationer. App'en kan også afspille videoer hvis man vil dét, så man også får noget visuelt med. Man kan også "caste" videoerne, så man på den måde kan have dem kørende i for eksempel receptioner eller andre steder. Derudover kan man vælge, om man vil have informerende tekst i bunden af videoen, imens den afspiller. Det var så idé nummer 2 vi valgte at gå med. Prototyping - Illustration - For at bruge programmet, og udfordre os selv. - Må dog erkende, det havde været hurtigere - og nemmere at gøre i

hånden. - Rammen er lavet for at ligne en telefon. - Til selve opstillingen af appen - Gennemgik en proces af skitser og idéer, kiggede på andre apps efter inspiration og endte derved med en skitse, som jeg var komfortable med, at omdanne til en prototype. - Udseendet blev afgjort, ved at forsøge at gøre appen så nem og overskuelig som overhovedet muligt - alt imens det er vigtigt at folk ville bruge appen, var ønsket også at Stemningerne/ASMR og videoer var nemt at finde, og let tilgængeligt. - Ligeledes, skulle det være nemt at få overblik over appens indstillinger og funktioner. - Designet skulle desuden være enkelt, og understøtte appens funktioner. Test Vi fik testet vores prototype med 4 forskellige personer. Testperson 1 (Veli): Den første person var Veli som fik fornøjelsen af, at være den første til at afprøve vores app. Først og fremmest viste vi forsiden af app'en, hvor Veli sagde at det var Side 7 Naib, Lissi, Erhvervsakademiet Dania 06/10/2020 Alberte, Sebastian kort og overskueligt, og layoutet var nemt at forstå. Vi spurgte ind til, om han kunne navigere rundt, og finde frem til en bestemt video (Rold Skov) som han hurtigt fik gjort. Han forstod desuden alle knapperne og dets funktioner på lyd/video afspiller interfaced (deling af video/lyd, genafspilning af video/lyd, springe frem og tilbage mellem video/lyd, gå tilbage til menuen). Samlet set så var han tilfreds med app'en. Testperson 2 (en gruppe): De 3 andre personer var én af de andre grupper fra klassen. Først og fremmest spurgte vi dem ind til, om de kunne forstå layoutet og menuen af forsiden. Dette havde de intet problem med at forstå. De kunne forstå de funktioner og betydning af knapperne, som var på forside skærmen. De fik afprøvet knapperne, og var i stand til at få en video afspillet uden problemer. Én af dem lagde mærke til, at vi ingen opløsnings-knap havde, og foreslog at tilføje én, da det kunne være brugbart for folk, som har en lidt ældre telefon. Ved første øjekast på "sleep timer" knappen var de i tvivl om, hvad det var, at knappen gjorde helt præcist. De fik afprøvet knappen, og forstod hurtigt formålet med funktionen derefter. De nævnte også, at det ville være smart at tilføje en højttaler ikon ved siden af volume baren, så man ikke forveksler det med video/lydens statuslinje, og at vi måske burde ændre positionen på volume baren, fra horisontalt til vertikalt, da det ville give mere mening, når man skruer "op og ned" for lyden. Samlet set var gruppen meget tilfreds med prototypen og test af app'en. Det eneste de gerne vil have set tilføjet, var en opløsnings-funktion og at få volume baren ændre så den stod vertikalt. Resultat Alt i alt har vi været meget tilfredse med den feedback vi har fået fra vores testpersoner. Vi har følt at vores prototype er meget enkelt sat op, og dermed også meget nemt at forstå og få navigeret rundt i når folk bruger den. Testperson 2 (gruppen) foreslog at man kunne tilføje en voice-over soundtrack funktion så for eksempelvis blinde personer som har hjælpe-apps til telefonen kan lytte til tekst-informationen fra videoerne. Side 8 Naib, Lissi, Erhvervsakademiet Dania 06/10/2020 Alberte, Sebastian Implementering Pitch: Den danske natur er under pres Andre links Deling til Onedrive, med andre dokumenter https://itcn-my.sharepoint.com/:f/g/personal/10745_student_eadania_dk/EqZh-MIOrXpHgklyJRZOaLQBrHfeHizOOQdaGmYdGS3lPoA?e=rYsteT Side 9

Videoer Stemninger Sø Skov Kyst Eng Sø Eng Kyst Skov Lyden af Danmark
 Slagelseskovene Alhedens Skov Gribskov Rold Skov Løvenholm Almindingen Klosterheden
 Silkeborgskovene Skov Stemninger Rold Skov Rold Skov Stop afspilning om 5 minutter 10
 minutter 15 minutter 30 minutter 45 minutter 1 time 2 timer 3 timer 4 timer 5 timer
 Slagelseskovene Alhedens Skov Gribskov Rold Skov Løvenholm Almindingen Klosterheden
 Silkeborgskovene Skov Videoer Silkeborgskovene Silkeborgskovene er Danmarks største
 skovareal CC Videoer Stemninger Sø Skov Kyst Eng Sø Eng Kyst Skov Lyden af Danmark
 Indstillinger Om appen Søg Hjælp

LYDEN AF DANMARK Processen <https://youtu.be/QZGxbAXMQBc> PITCH
<https://youtu.be/2Fa0Za9Z3WA> GENNEMGANG AF APPEN

<https://youtu.be/QkErWGwxNgg> En normal hverdag kan for mange mennesker, være meget travl - og selvom der skulle være et ønske om at gå ture i naturen, høre fuglesang og trække vejret, er det ikke altid det er muligt. Det kan Lyden af Danmark rette op på. Lyden af Danmark er en lyd og video app, med materiale optaget i den danske natur. Den er lavet til at gøre opmærksom på, og informere om naturen i dit lokalområde. Samtidig med at man ser eller lytter, vil der blive samlet øre og kroner ind til diverse danske naturfonder. Appen ville, som udgangspunkt, være gratis at downloade og bruge.

Madmod

Har du også problemer med kræsne børn?

Du må gerne lege med maden

Ugens produkt

Konkurrence

Gør aftensmaden sjov

Eksempler på mad der er nemt at lege med

Om os

Giv børnene madglæden tilbage

- Ved at lege med maden

Har du også problemer med kræsne børn?

- Så giv dem madmodet tilbage!

Hvis man vil give sine børn madmodet og madglæden tilbage, skal man lære dem at forbinde sund mad med noget positivt og ikke med noget negativt. Derfor er det vigtigt, at man ikke presser børnene til at spise sundt, men i stedet får dem til at forbinde det at spise med noget godt. Og det kan de gøre ved f.eks. at lege med maden. De kan fægte med gulerødder eller lege planteædende dinosaurer, der spiser træer (broccoli). Det gør maden sjov og dermed mere indbydende at spise.

Man kan også lave konkurrencer ved at se hvem, der hurtigst kan spise en Frugtspaghetti eller lignende, og man kan bruge omvendt psykologi ved at man som forælder siger: "Du må ikke spise min røde peber", og når forælderen så kigger tilbage, sidder barnet med den røde peber i munden og griner. Med disse lege kan det ende med at barnet spiser grøntsagerne uden at brokke sig eller måske lige frem kommer og spørger om de ikke må få en gulerod.

citater

Ugens produkt

Denne uges produkt er Castus' Frugtspaghetti, som er en super god snack til børnenes madpakker eller som mellemmåltid derhjemme. Produktet består af 70% æble og 30% pære, og indeholder derfor ingen konserveringsmidler. Castus' Frugtspaghetti kan købes i dagligvarehandlen samt på nemlig.com og coop.dk. Produktet er et hit blandt børn og er utrolig let at lege med.

Castus frugtspaghetti

Portræt med frugtspaghetti

snegl

snemand

sommerfugl

Gør aftensmaden sjov

- Og giv børnene madglæden tilbage

Når der er tale om madglæde, er det næsten umuligt ikke at komme ind på madro, idet disse ofte forbindes. I forhold til madro, tænker de fleste sikkert på, at der skal være så lidt støj som muligt omkring bordet, når der spises, så man kan nyde sin mad. Men ofte ender det med at de voksne belærer børnene om, hvor meget de skal spise, hvor længe de skal sidde ved bordet, at de skal spise op, sidde pænt osv. og så ødelægges den gode stemning ofte og børnene begynder at forbinde måltiderne med noget negativt.

I stedet bør man fokusere på, at opnå en stjernestund sammen som familie. På den måde får man den form for madro som gør måltidet, maden og samværet til noget positivt for alle. Et sted og tidspunkt, hvor der grines, leges, snakkes og hvor man i det hele taget har det godt sammen.

Denne situation kan opnås ved at sørge for, at spisesituationen er en positiv oplevelse for alle og ved at give plads til børnene. Lad dem lege med maden (måske i begrænset omfang) og have det sjovt. De voksne skal ikke diktere hvad børnene skal og hvad de ikke må. Måltidet og maden må ikke forbindes med straf eller belønning. Hvis man efterlever alt dette, kan mange madrelaterede problemer undgås, sådan at børn og voksne får et naturligt og afslappet forhold til mad.

Leg med maden

Leg med maden

Portræt med frugtspaghetti

Om os

portræt

Bjarne Skov

Ernæringsekspert

portræt

Alberte Laursen

Ernæringsekspert

portræt

Amalie Sørensen

Ernæringsekspert

Følg os på: Følg os på sociale medier Følg os på sociale medier

© Copyright 2020