

## Bedrifts-/produktprofileringsoppgave DAT222 2025

1. Man velger én av de tre oppgavene (alle er fiktive foretak/produktserier).
2. Besvarelsen leveres som ett stk. PDF-dokument i Canvas. Dokumentet har form av en rapport, der brødteksten ikke skal overstige 1000 ord, altså m.a.o. kortfattet forklaring av hva som er gjort og argumentasjon for valgene. Illustrasjonene er naturligvis sentrale. Husk å hele tiden benytte figurtekster.
3. I vurderingen bedømmes både designproduktene og presentasjonen som er gitt i rapporten. Man får inntil 25 eksamenspoeng. De mest typiske poengtrekk er tidligere gjort for
  - a. å ikke oppfylle kriteriene i oppgaven
  - b. ha lite gjennomarbeidet research og/eller design
  - c. svakt grafisk arbeid
  - d. svakt utformet rapport med uklarheter
4. Spørsmål kan rettes på e-post i Canvas eller til [kare.mosgren@uia.no](mailto:kare.mosgren@uia.no). Spørsmål og svar legges ut anonymisert i Canvas hvis de er av almen interesse.
5. Copyright: Bildemateriale kan lånes hvor som helst under prinsippet fair dealing til undervisnings-/utdanningsformål. Kilden må imidlertid oppgis, så registrer hvor du tar materialet fra. Eksamensarbeidet må naturligvis ikke publiseres i ettertid hvis du har benyttet rettighetsbegrenset materiale.
6. Ved ønske om avvik fra oppgaveteksten, må dette klareres med faglærer.

## Alternativ 1. Bedriftsprofilering av arkitektkontor.

Tord Johannesen, Vibeke Eikelid og Armin Gilani er tre arkitekter (MNAL) som skal slå seg sammen og danne et arkitektkontor stasjonert i Bergen. Alle tre har 3 til 5 års erfaring som ansatte på andre arkitektkontorer og er rundt 30 år gamle. Prosjekter de har hatt viktige roller i, har de fått tillatelse til å benytte som referansemateriale. Bilder fra disse er vedlagt. De har henvendt seg til dere for å få forslag til navn på firmaet, lage logo, grafisk profil og nettsidedesign. Kontoret vil fremstå som moderne og seriøst.

### Analyse og research

Dette er et nødvendig redskap for å komme frem til et godt resultat. Sjekk profilen til andre tilsvarende arkitektkontorer. Få et inntrykk av hva som visuelt preger dem og gjengi dette i rapporten med bilder og tekst.

Noen aktuelle eksisterende arkitektkontorer som har samme filosofi som våre venner Tord, Vibeke og Armin: [Kima arkitektur](#), [Lundhagem](#) og [Jensen & Skodvin](#). Men husk at arkitekter ikke bare finnes i Norge.

### Design

- a. Logo (navnetrekk og eventuelt symbol/piktogram/ideogram/monogram). Hver av gruppens medlemmer lager sitt forslag og gruppen velger deretter i fellesskap. Hvis man ikke blir enige, bruk loddtrekning. Jobber du individuelt, må du likevel utvikle to logokonsepter og velge ett av dem. *(Det navn og den logo du/dere velger anses også som den oppdragsgiver går for. Slik er det slett ikke alltid i virkelighetens verden.)*
- b. Visuell identitet. Denne skal inneholde: logofarger, typografi, eksempler på bildestil til markedsføringen og eventuelle tilleggs-elementer (f.eks. dekorasjoner).

### Implementering

Målet med denne delen av oppgaven er å vise at navn og identitet fungerer på forskjellige flater. Jo mer overbevisende eksempler, jo bedre.

**Annonse.** Annonsen skal opplyse om at kontoret er klart for oppdrag fra august 2025. Den bør raskt formidle hva kaféen er, og vise URL. Størrelsen på trykk vil være 12 x 18 cm. (høydeformat). Annonsen skal inn publikasjoner som Arkitektnytt, Teknisk ukeblad og bransjemagasiner for byggebransjen.

**Visittkort.** Størrelsen på kortet skal være 5 x 9 cm. Kortet kan ha innhold på begge sider. Dette skal vises som visittkortet til en av arkitektene.

**Webside:** Lag en web-portal (førsteside) for virksomheten. Dette skal bare være en presentasjon av hjemmesidens design (ikke kodes), og gjøres kanskje best i *InDesign*. Design portalen for både skjerm og mobil.

**Presentasjons- og markedsføringsmateriell** for arkitektkontoret som omfatter T-skjorte, kaffekrus samt dør eller skilt på tenkt kontorlokale.

## Alternativ 2. Lansering av ny sjokoladeserie

En ny sjokoladeprodusent har sett dagen lys på det norske markedet. Styret har bestemt merkenavnet *Edels* og at man skal lanseres med fire produkter som baseres på biter i eske. Disse er delvis innholdsbestemt, og delvis navnebestemt.

1. *Hytteveggen*: crispy melkesjokolade.
2. Marsipan i mørk sjokolade. Mer luksuriøs og ment for selskapet. Har ikke fått navn.
3. *Fjellkaramell*: Biter med av kjeks og myk karamell i melkesjokolade.
4. Et fjerde produkt som er en blanding av de tre. Har ikke fått navn.

### Analyse og research

Dette er et nødvendig redskap for å komme frem til et godt resultat. Man bør sjekke hvordan konkurrenter på det norske markedet er profilert. Kanskje er der idéer å hente fra utenlandske produsenter også.

### Design

- a. Logo for Edels (navnetrekk og eventuelt symbol/piktogram/ideogram/monogram).
- b. Visuell identitet. Denne skal inneholde: fargevokabular, typografi, eksempler på bildestil til reklame og eventuelle tilleggselementer (for eksempel mønster/dekorasjon).

### Implementering

Målet med denne delen av oppgaven er å vise at navn og visuell identitet fungerer på forskjellige flater.

**Emballasje.** Det er allerede sagt at produktene skal leveres i eske. Velg emballasjetype og designe etiketter for de fire variantene.

**Annonse.** Denne skal på brukes i aviser/magasiner og er en to-spalter. De fire produktene vises.

**Webside.** Lag en webforside. Presenter denne som den vil vises på en telefon og desk-/laptop. Dette skal bare være en presentasjon av hjemmesidens design (ikke kodes).

**Annet presentasjons- og markedsføringsmateriell** (utover emballasjen) som omfatter T-skjorte, cap og bærenett

## Alternativ 3. Bedriftsprofilering av en ny bar.

Baren skal åpnes i Grimstad, men man har ikke lokalene klare. Eierne har allerede bestemt at baren skal ha preg av det moderne, urbane USA og at den visuelle profilen skal underbygge dette. Vareutvalget skal – utover typiske bar-varer – være preget av enkelt amerikansk kjøkken. Husk forøvrig at reklame for alkohol ikke er tillatt i Norge.

### Analyse og research

Dette er et nødvendig redskap for å komme frem til et godt resultat. Sjekk profilen til liknende barer. Få et inntrykk av hva som visuelt preger dem og gjengi dette i rapporten med bilder og tekst.

### Design

- c. Logo (navnetrekk og eventuelt symbol/piktogram/ideogram/monogram). Hver av gruppens medlemmer lager sitt forslag og gruppen velger deretter i fellesskap (enten det beste forslaget eller en kombinasjon av to eller flere forslag. Hvis man ikke blir enige, bruk loddtrekning. Jobber du individuelt, må du likevel utvikle to logokonsepter og velge ett av dem. Forslagene skal vises i rapporten sammen med en kort argumentasjon for valget.
- d. Visuell identitet. Denne skal inneholde: logofarger, typografi, eksempler på bildestil til markedsføringen og eventuelle tilleggs-elementer (f.eks. dekorasjoner).

### Implementering

Målet med denne delen av oppgaven er å vise at navn og identitet fungerer på forskjellige flater. Jo mer overbevisende eksempler, jo bedre.

**Avisannonse** for baren. Annonsen skal invitere til åpning. Den bør raskt formidle hva kaféen er, og vise URL. Størrelsen på trykk vil være 12 x 18 cm. (høydeformat).

**Visittkort.** Størrelsen på kortet skal være 5 x 9 cm. Kortet kan ha innhold på begge sider. Dette skal være et visittkort som presenterer *baren*, ikke en av dens ansatte.

**Website:** Lag en web-portal for baren. Dette skal bare være en presentasjon av hjemmesidens design (ikke kodes), og gjøres kanskje best i *InDesign*(?)  
Lag portal for både skjerm og mobil.

**Presentasjons- og markedsføringsmateriell** for kaféen som omfatter

- T-skjorte
- Cap
- Vindu, dør eller skilt. Det er naturlig at man viser barens fasade i denne forbindelse.