**08.01.2020**

**Læringsportofolie**

Julie Duch Lauridsen

Indholdsfortegnelse

[Webudvikling 3](#_Toc29374750)

[HTML 3](#_Toc29374751)

[CSS 5](#_Toc29374752)

[Grid 7](#_Toc29374753)

[Webhistorie 8](#_Toc29374754)

[Versionsstyring 9](#_Toc29374755)

[Interfacedesign 10](#_Toc29374756)

[Informationsarkitektur 10](#_Toc29374757)

[Navigationsstruktur 11](#_Toc29374758)

[Responsiv design 13](#_Toc29374759)

[Brugervenlighed (Usability): 13](#_Toc29374760)

[Brugerrejsen 15](#_Toc29374761)

[Kommunikation 16](#_Toc29374762)

[Paradigme 19](#_Toc29374763)

[Metoder - Kvantitativ og kvalitativmetode 19](#_Toc29374764)

[Præsentationsteknik 21](#_Toc29374765)

[Tekstproduktion 22](#_Toc29374766)

[Business model – Canvas 24](#_Toc29374767)

[De 9 byggesten 25](#_Toc29374768)

[De 7 arketyper 26](#_Toc29374769)

[Design 27](#_Toc29374770)

[Photoshop 28](#_Toc29374771)

[Fotografering 29](#_Toc29374772)

[Farver 30](#_Toc29374773)

[Typografi 32](#_Toc29374774)

[Gestaltlovene 35](#_Toc29374775)

[Projekter 38](#_Toc29374776)

[Designthinking 38](#_Toc29374777)

[Onepage projekt 40](#_Toc29374778)

[Starten: 40](#_Toc29374779)

[Forberedelse: 40](#_Toc29374780)

[Produktet: 40](#_Toc29374781)

[Om siden 40](#_Toc29374782)

[Uventede udfordringer: 41](#_Toc29374783)

[CSS: 41](#_Toc29374784)

[Struktur: 41](#_Toc29374785)

[Læreproces: 41](#_Toc29374786)

[Konklusion: 41](#_Toc29374787)

**Website:** <file:///Users/julieduchlauridsen/Desktop/HTML/Lektion%2015%20-%20web/03%20interface.html>

**Kilder:**

Web

Interface

Kommunikation

# Webudvikling

**Webudvikling**

## HTML

**HTML**

**Kort** HTML, er en forkortelse af HyperText Markup Language.

der primært har til formål at få tekst og billeder på en hjemmeside til at virke som links til andre **html**-sider. Markup betyder at opmærke, og **html** definerer netop indhold på websider.

**Sematiske tags:**

Inden for HTML snakker man også fagsprog. Nogle af de mest relevante begreber og metoder man bruger indenfor HTML er;

Sematiske tags, Attributter, Elementer, meta, class, ID

Er selve tekstindholdet. Så hvis vi søger på teksten, vil computeren kunne genlæse det, og fremhæve de mest relevante hjemmesider.

Det er både godt for brugeren, og designerne bag hjemmesiden.

**Elementer:**

De dele HTML dokumentet består af. Opbygget af elementer.

**Attributter:**

består det også af attributter, som er egenskaber og beskriver elementet mere specifikt.

**Meta:**

information

**Class:**

Udseendet på en grupper

**ID:**

Udseendet på et bestemt element

**Header:**

Titlen

Tag Attribute 
Name Name 
HTML Tags 
Attribute 
Value 
1 
<hI class= "primary" >ExampIe Heading< /h1> 
End 
Affected Content 
Start Tag 
HTML Element 

html> 
heads 
title* 
Document title belongs here 
'title> 
'head* 
Text and Other contents Of the page belong here 
j html* 

## CSS

**CSS**

**Kort** CSS er en forkortelse for Cascading Style Sheets, kort fortalt, er det et program i HTML, som kan håndtere udseendet på dit website. f.eks typografi, skriftstørrelse, farver osv. Så du kan genbruge dit design, ved hver fane.

I HTML kan man indlejre CSS-koden i et style-element eller have det i filer for sig ved henvisning via et link-element, du laver i din HTML kodning. Som du kalder; stylesheet.

Hver gang du linker dit stylesheet til et indhold i din HTML kodning, vil du kunne genbruge det, design du allerede har skabt.

Inde i dit HTML skal man huske at linke til sit stylesheet, og begge filer skal gemmes under samme mappe, for at HTML filen kan registrere det.

Eksempel:

<link rel="stylesheet" type="text/css" href="Style/Styles.css">

Her er en liste, over hvad man primært, starter med at style i CSS.

Indeholder:

* Style
* Color
* Farvekoder
* Skriftdesign
* Skriftstørrelse
* Padding (ramme)

* font-size
* font-weight
* font-family
* padding
* text-align

## Grid

**Grid**

**Kort** Et grid, er en hjælp til at navigere i sit layout. Grid introducere nemlig nogle faste linjer og kasser, som elementerne kan flugte efter. Det er en form for start skabelon.

**Værktøjerne inden for grid:**

* Flowline
* Kolonner
* Rækker
* Modul
* Zone
* Margen
* Border
* Content
* Gutter

Et element kan spænde over flere kolonner

Alle linjer i et grid er nummereret fra 1

Angiv start- og slut-linje

**Flowline:**

Vandret hjælpelinje

**Kolonner:**

Lodrette inddelinger fra top til bund.

**Rækker:**

Vandrette inddelinger fra venstre til højre kant

**Modul:**

Den mindste indholdscontainer

**Zone:**

større område dannet af flere sammenhængende moduler

**Margen:**

Afstanden mellem indholdets yderste kant og formatets ydre grænse

## Webhistorie

**Webhistorie**

Webhistorie 
1980 
1965 
Den første forbindelse 
Computerne TX-2 og Q- 
Internettets fødsel 
TPC/IP og DNS opfindes. 
2016 
Udvikling 
Over 3,4 mia. forbruger 
verden over. 
32 forbindes med 
lavhastigheds 
telefonlinje 
En idé fødes 
J. C. R Licklider 
forestiller sig for første 
gang et netværk af 
computere 
1962 
Det første netværk 
Mere end to computer 
forbindes i et samlet 
netværk kaldet 
ARPANET. Kun benyttet 
af militæret. 
1969 
The world Wide Web 
Internettet gøres 
tilgængeligt for alle og 
kan nu kaldes the world 
wide web. 
1991 

## Versionsstyring

**Versionsstyring**

**Kort** registrerer ændringer i filer og udvikling af software.

Versionsstyringssoftware kan holde styr på ændringer, så man altid kan gå tilbage til en tidligere version eller undersøge, hvad der præcist er ændret mellem en eller flere versioner af en tekstfil.

Når du ønsker at foretage ændringer i bestemte filer, trækker du filer fra det centrale arkiv til din egen computer. Du laver dine ændringer og sikrer dig, de virker - og du ‘committer’ dem til den centrale server, så de andre udviklere kan se dem.

**Fordele:**

* Hver udvikler har hele sit kodelager, inkl. den fulde historik, liggende lokalt.
* Ikke afhængig af en central server
* Har projektets fulde historie på sin egen harddisk.
* Store dele af arbejdet uden at have adgang til internettet - fx på flyet.
* Du kan committe nye ændringer lokalt, uden at nogen andre ser dem.
* Softwaren holder styr på forskelle mellem versioner
* Kan enten være en tjeneste i skyen, eller installeret på en lokal server
* En af de mest udbredte måder blandt webudviklere er baseret på Git-protokollen, en anden er SVN (Subversion)

**Git:**

I modsætning hertil står de distribuerede systemer som fx Git, der er det mest anvendte versionsstyringssystem i verden i dag. Git er udviklet af Linus Thorvalds i 2005 og er både gratis og open source.

I Git er det fx helt naturligt at du arbejder i din egen branch og så merger ind i hovedbranchen, når du er klar med en feature. Det kan løse problemer med interferens fra mange andre, der arbejder i samme kodebase, og betyder samtidig, at udviklingen ikke behøver at foregå lineært.

# Interfacedesign

**Interfacedesign**

**Kort** interfacedesign består af indsigt, koncept, layout og æstetik.

En vejledning til hvordan man kan få det bedste udbytte og resultater med sit produkt eller koncept igennem en brugervenlig hjemmeside.

*”At designe er at kommunikere klart med de midler, man har til rådighed.”*

* Milton Glaser (interfacedesign – Morten Rold s. 51)

*”Produktet er et transportmiddel for budskabet”*

* Jan Krag Jacobsen (interfacedesign – Morten Rold s. 51)

## Informationsarkitektur

**Informationsarkitektur**

**Kort** Informationsarkitektur (IA) er et begreb der referer til organisering og strukturering af information inden for et produkt eller en service.

Det handler først og fremmest om organisering af information på en måde der hjælper brugeren med at nå sit mål på en effektiv måde.

*"Good information architecture enables people to find and do what they came for. Great information architecture takes find out of the equation: The site behaves as the visitor expects. It's like a film with no director. The actors may be good, the sets may be lovely, but audiences will leave soon after the opening credits." - Jeffrey Zeldman (stifter af A List Apart)*

## Navigationsstruktur

**Navigationsstruktur**

**Kort** navigationsstruktur forholder sig til hvordan indholdet er at navigere i og hvordan dette indhold kan struktureres.

Eksempler på struktur:

* Lineære struktur
* Hierarkisk struktur
* Kontekstafhængig struktur

**Lineære struktur:**

Navigere lineært, ligesom en bog, magasiner osv.

Indholdet præsenteres i en bestemt rækkefølge

Fx lærings websites

Hvor øvelsen skal løses, før man kan gå videre til næste øvelse.

Guide brugeren gennem en fastlagt sekvens. Fx e-handel

**Hierarkisk struktur**

Indholdet er mere komplekst, lave designet ud fra en tydelig hierarkisk struktur.

Indholdet grupperes i sektioner, der navngives fornuftigt.

Så brugeren hurtigt danner sig et billede af, hvad de forskellige kategorier indeholder.

**Kontekstafhængig struktur**

Ikke baseret på hierarkisk orden, men på relationen mellem forskelligt indhold.

Fx wikipedia - hvor siderne linker til hinanden.

NAVIGATIONSSTRUKTUR 
Sekventiel 
Hierarkisk 
Cyklisk 

## Responsiv design

**Responsivdesign**

**R**esponsiv design er en tilpasning til alle størrelser skærme, herunder computere, tablets og mobiltelefoner. Indholdet på din hjemmeside bliver altså tilpasset skærmens størrelsen, så det ikke er nødvendigt at zoome ind for at læse teksten eller navigere rundt på siden.

## Brugervenlighed (Usability):

**Brugervenlighed (Usability):**

**Kort** Sikre et websted brede mål med brugervenlighed og præsentation af information og valg på en klar og præcis måde, en mangel på uklarhed og placering af vigtige elementer i passende områder

samt at sikre, at indholdet fungerer på forskellige enheder og browsere

**HCI**

Human computer interaction

Generel forståelse af interaktion mellem menneske og maskine

På mange måder det samme som ustability, men har lidt bredere perspektiv

og omhandler alle typer computere og deres interface.

**Psykologi:**

Forståelsen af menneskets tænkning og handlen

**Pædagogik:**

Forståelsen af, hvordan mennesker lærer, og hvad der motivere dem til det.

**Etnografi:**

Antropologi

Kulturer og sociale handlinger baseret på observationer og feltarbejde.

**Ergonomi:**

Betjeningsmuligheder i forhold til menneskets fysiske krop og bevægelighed.

**Hvad er Usability?**

* Kunsten at lave noget alle kan bruge, uanset hvilket niveau man befinder sig på

**Pilottest:**

* I en pilot tager en person fra sin målgruppe og tester grundigt fra start til slut

**Undersøgelsesdesign?**

* Det er et værktøj som gør det nemmere at forbedre eksempelvis hjemmesider

**Gangstertest?**

* Det er en test hvor afprøver om produktet virker optimalt.

**Hvordan hænger usability-test sammen med ressourceforbrug?**

* At man har redskaber til at udfører undersøgelserne

**Usablity altid indgår i en kontekst.**

* Fordi det ikke kan stå alene

**Hvad betyder funktionalitet?**

* At produktet er tilpasset til alle

**Brugertilfredshed?**

* Resultatet af kundens oplevelse med produktet

**Usability-kriterier til websites?**

* Det er de kvalitets krav der gør at hjemmesiden er brugervenlig

**Testmetoder skal man anvende**

* Det kommer an på produktet der skal testes, der er ikke noget konkret svar. Eksempelvis en gangster test ville være god til at finde ud af om en hjemmeside er nem at finde rundt på. Hvor en pilot test eksempelvis kunne være med en telefon hvor man skulle finde udfordringer og problemer inden den bliver sendt på markedet.

**Skitser og prototyper?**

* En skitse er en tegning der enten viser skelettet & grundstenen til et produkt. En prototype er den første fysiske udgave/Test hjemmeside.

**Hvorfor og hvordan dokumenteres resultater af tests?**

* Fordi man gerne have resultater Resultaterne kan dokumenteres på forskellige måder afhængigt af hvilke metoder der er brugt.

**Ekspertvurdering?**

* En fagperson der laver en grundig vurdering af et produkt

## Brugerrejsen

**Brugerrejsen**

**Kort** Brugerrejsen er En visuel, kronologisk fremstilling af brugerens oplevelse af et koncept. Bruges til at både at teste konceptet, men også at videreudvikle det.

**Kilde:** <https://innovation.sites.ku.dk/metode/brugerrejse/>

**Brugerrejsen har disse fordele:**

* Bruges til at kommunikere med brugeren
* Nyttigt til opfølgning på research (f.eks. Observationer,  Etnoraid og Kvalitative interviews) inden idé- og konceptudvikling påbegyndes.
* Udvikle nye koncepter
* Visualisere brugerens oplevelse.

# Kommunikation

**Kommunikation**

**Kort Kommunikation kan defineres som:**

*”en proces hvor vi meddeler os til hinanden”* det er altså mødet mellem mennesker – i alle rum – hvor vi kommunikerer på forskellige måder. Både nonverbal og verbal kommunikation.

Afsenders kropsprog: 55 %

Afsenders stemme: 38 %

Ordene: 7 %

* Hvad er kommunikation
* 5 grundantagelser
* Synkron og asynkron kommunikation
* Teori; paradigme
* Tekst produktion

**Hvad er kommunikation:**

* **Det vi siger og gør**
* **Det vi ikke siger og ikke gør**
* **Dem vi siger det til**
* **Afsender**
* **Modtager**
* **Budskab**
* **Vores perception - vores rygsæk**

**5 grundantagelser om kommunikation**

1. Man kan ikke ikke-kommunikere

1. Enhver kommunikation består af to dele: selve indholdet og oplysninger om det indbyrdes forhold, der er mellem dem, der kommunikerer.

1. Den måde, vi udtrykker os på, og den måde, vi tolker hinandens kommunikation på, afhænger også af det forhold vi har til hinanden.

* Pauser og betoninger
* Tegnsætning

1. Mennesker kommunikerer både med en digital kode og en analog kode

Digital kode: hvad der siges (ord)

Analog kode: hvordan det siges (tonefald, kropsprog, skrifttype/opsætning)

1. Kommunikationsudveksling er enten symmetrisk eller asymmetrisk afhængigt af, om den hviler på lighed eller forskel i magt.

**Synkron og asynkron kommunikation**

**Synkron kommunikation:**

vil sige at de kommunikerende skriver eller taler sammen på samme tid.

**Asynkron kommunikation:**

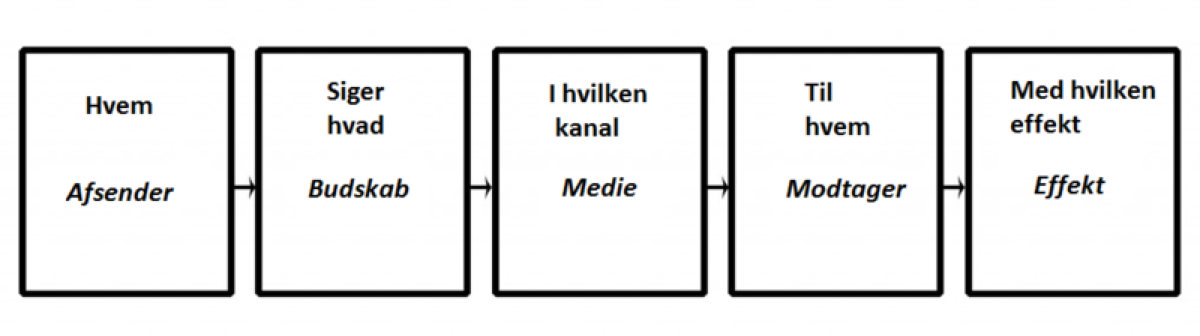
betyder at deltagerne skriftligt kan kommunikere sammen, men at der som oftest er en tidsforskydning i kommunikationen.

**Non-verbale** kommunikation kommunikerer kroppen – arme (gestik) og ansigtet (mimik).

Det nonverbale sender meddelelser om hvordan det verbale skal tolkes (metakommunikation).

Mennesket kan ikke eksistere uden kommunikation.

”Vi kommunikerer med blandt andet med vores påklædning, mimik, kropsholdning, stemmeføring, kommunikationsformer som er både bevidste og ubevidste.”



## Paradigme

**Paradigme**

Et paradigme = en måde at se verden på

**Det samfundsvidenskabelige paradigme:**

Fokus på afsender

Transmission

**Det humanistiske paradigme:**

Modtagerorienteret – aktiv og medskabende

Interaktion

**Transmissionsparadigme**

Laswells formel

S-R/S-O-R model

Kotlers model for markedskommunikation

## Metoder - Kvantitativ og kvalitativmetode

**Metoder - Kvantitativ og kvalitativmetode**

**Kort** kvantitativ og kvalitativ er to forskellige metoder, du kan bruge hvis du skal finde data, som kan underbygge din teori, eller hjælpe dig med at spore dig ind på en problemstilling, indenfor et konkret emne.

**Hvad er kval-itative metoder:**

* Følelser

De kvalitative metoder benyttes, når du skal måle eller veje noget, som er svært at tælle, f.eks. følelser. Her kan man i stedet bruge f.eks. interview som metode.

**Kvalitative metoder:**

* Interview
* Observation
* Litteraturstudier
* Narrative metoder

Ulemper:

*Ved interview med flere interviewpersoner, kan man efterfølgende benytte transskription (metode) for herigennem bedre at kunne danne sig et overblik til en evt. meningskondensering (metode). Når man bruger kvalitativ metode er det empiriske grundlag ofte snævert. Til gengæld kan man komme i dybden med en problemstilling.*

* Usikkert
* Ikke konkret
* Ikke generaliserende
* Betragtes kun ud fra det menneskesyn, der har observeret situationen.
* Mangel på flere indtryk og synsvinkler
* Kan dermed virke utroværdig

**Hvad er kvan-titative metoder:**

* Tal

Med disse metoder forsøger man at gøre undersøgelsen målbar i tal.

Store mængder oplysninger indsamles,

som man bagefter kan lave statistikker eller tabeller over.

Med disse metoder forsøger man at standardisere og generalisere.

**Kvantitative metoder:**

* Målinger
* Statistik
* Spørgeskemaundersøgelser
* Forsøg og tests

**Empiri:**

* Græsk, betyder; Erfaring
* Viden efter sansning
* Viden tilegnet via sanser.

*Empiri af græsk empeirikós = "erfaringsmæssig", afledt af empeiría = "erfaring".*

*En viden efter sansning. Dvs. viden, der er blevet tilegnet via sanserne.*

*Fagbegreb: Dette kaldes også a posteriori-erkendelse (a posteriori: lat. 'fra det senere')*

*og er fundamentet i empirisme.*

## Præsentationsteknik

**Præsentationsteknik**

**Kort** en vejledning til hvordan man formidler information og budskab på bedst tænkelige måde. Uden at miste folks interesse undervejs. Omhandler både nonverbal og verbal kommunikation.

**God præsentation:**

* Tale højtlydt
* Tale tydeligt
* Energisk - ikke monoton stemmeleje
* Placere sig i midten
* Kropsprog
* Bevægelse
* Noget visuelt
* Struktur
* Kort og kontant
* Overskrifter på slides
* Stikord på papir
* Mentale billeder som metafor
* Holde pauser

**Formål med at give en præsentation**

* Informere
* Overtale (e.g. salg)
* Uddanne
* Underholde
* Skabe og fastholde interesse

## Tekstproduktion

**Tekstproduktion**

**Kort** ens website afhænger også meget af teksten, altså ikke kun det visuelle, men og verbale.

Webtekst kan være en svær øvelse, men der er dog nogle retningslinjer, man kan følge.

**Guide - god webtekst:**

En god webtekst hjælper altid sin læser videre

* Fasthold læsers interesse

En god webtekst videreformidler ikke bare en historie

* Formål: konvertering

En god webtekst hjælper læseren med at træffe beslutninger

* En nem beslutning: CTA

En god webtekst tænker i SEO fra start til slut

**Webtekster:**

Interaktion, brugeroplevelser og service for den travle læser

**Sociale medietekster:**

På sociale medier er det svært at opsætte helt faste regler og modeller.

Meget er intuitivt og præget af spontanitet.

**Nyhedskriterier:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Navn** | **Beskrivelse** | **Eksempel** |
| **Aktualitet** | Et emne der er oppe i tiden. Historien må gerne udspringe af stof som i forvejen cirkulerer i andre medier. Langt de fleste nyheder udspringer af dette nyhedskriterium. | Ex. Et parti vælger ny formand eller et containerskib er sejlet ind i en bro. |
| **Identifikation** | Noget som læseren kan genkende sig selv i. En historie, der får læseren til at tænke ’Det kunne være mig’, ’Bare det var mig’ eller ’Godt, det ikke er mig’. | Ex: Ni ud af ti danskere spiser for meget sukker. |
| **Sensation** | Noget der fascinerer eller chokerer. Ofte de små, skæve historier i nogle aviser, som kan være forsidehistorier i andre aviser. | Ex: Mand bider hund eller Kvinde overlevede en måned under sammenstyrtet hus. |
| **Konflikt** | Når sager eller personer er på kollisionskurs. | Ex: Vred far anklager kommune for sjusk. |

Business model – Canvas  
 **Business model – Canvas**

**Kort** business model Canvas, er en forretningsmodel, som beskriver rationalet bag, hvordan en organisation skaber, leverer og fastholder værdi.

(Business model generation – Alexander Osterwalder og Yves Pigneur s.20)

## De 9 byggesten

**De 9 byggesten**

**Kundesegmenter: KS**

En organisation henvender sig til et eller flere kundesegmenter

**Værdi tilbud: VT**

Den forsøger at læse kundernes problemer og opfylde kundernes behov ved hjælp af værditilbud

**Kanaler: K**

Værditilbuddene leveres til kunderne gennem kommunikations-distributions- og salgs kanaler

**Kunderelationer: KR**

Kunderelationer etableres og vedligeholdes inden for hver kundesegment.

**Indtægtsstrømme: IS**

Indtægtsstrømme er et resultat af værditilbud, der vellykket tilbydes kunderne.

**Nøgleressourcer: NR**

Er de aktiver, der er nødvendige for at kunne tilbyde og levere førnævnte elementer.

**Nøgleaktiviteter: NA**

Ved at udføre en række nøgleaktiviteter

**Nøglepartnere: NP**

Visse aktiviteter outsources og visse ressourcer skaffes uden for virksomheden selv.

**Omkostningsstruktur: 0S**

Elementerne i forretningsmodellen resulterer i omkostningsstrukturen.

## De 7 arketyper

**De 7 arketyper**

*Forskere kortlægger digitale forretningsmodeller og finder 7 arketyper.*

**Den digitale købmand**

* Har sin fysiske butik men supplerer med salg via Internettet  
  - Branding, annoncering, varekataloger, service- og vejledninger på nettet

**2. Webshoppen**

* Køber hos grosister og sælger direkte til forbrugere via internettet  
  - Undgår fordyrende fysisk detailbutik omkostninger og har samtidigt større varesortiment

**3. Den digitale producent**

* Udvider sine fysiske produkter med digitale tjenester bl.a. med IOT (Internet Of Things)  
  - Skaber nye funktionaliteter samt digitale lock-in effekter om det fysiske produkt

**4. Software producenten**

* Bygger software med licens/direkte betaling  
  - Marginalomkostninger grænsende til nul, skalerbarhed og udrulning/opdatering via internet

**5. Den digitale platformsbygger**

* Bygger sin egen digitale platform på internettet  
  - Skalering af antal bruger og brugen kilden til indirekte salg

**6. App opfinderen**

* Ser et behov og bygger en app som dækker behovet  
  - Ekstremt lave start-up og exit costs

**7. Wiki-skaberen**

* Brugerne er både skabere samt forbrugere af indholdet  
  - Indtjening sker gennem donati

# Design

**Design**

**Illustrator:**

**Kort** Adobe Illustrator er et vektorbaseret tegneprogram, udviklet af Adobe Systems.

Grundlæggende arbejdes der med objekter der defineres gennem deres omrids (eng: Path).

**Illustrationer:**

Celtic Cross

10-minute-challenge

80s batman logo

Typography

**Oversigt - værktøjer:**

* Select tools
* Peentool
* Curvatool
* Paintbrush
* Rectangle tools
* Typetools
* Rotate tools
* Erase
* Shapestools
* Gradient tools
* Eyedropper tools
* Width tools
* Blend tools
* Artboard tools

## Photoshop

**Photoshop**

**Kort** Adobe Photoshop er et avanceret billedbehandlingsprogram, som mest af alt henvender sig til den professionelle fotograf. Som 'almindelig' fotograf kan man dog også bruge Photoshop til mange formål.

Der er mange ting man kan lege med i photoshop, en af værktøjerne er bl.a. erase tools.

Hvor man kan fjerne ting på originale billeder, og erstatte det med et andet design, eller tekst. Dette gjorde jeg bl.a. under vores onepage projekt, hvor vi havde om ingredienserne ved energidrik. Hvor jeg fandt en billede som illustrede det meget godt, men hvor det var et andet produkt. Her er et før og efter billede.

## Fotografering

**Fotografering**

**Kort:** produktbillede, kræver at man ved en del om studielys, for det er oftest der de bedste produktbilleder bliver skabt, da man selv har mulighed for at kontrollere lyset.

**Studielys:**

**De forskellige lys:**

**Standardreflektorer:**

Det er de lys vi har nede i studiet, som er på 400watt – 800watt – 1600watt

Det er standdardlyset, som vi så kan manipulere med, ved at spots på, og så bruge de her

**Biceller:** Grov **–** Mellem **–** Fin, som centre lyset som man gerne vil have det, og desto mindre lyskilde der er, desto hårdere bliver lyset og skyggen.

Grov: bredt lys

Mellem: lidt mindre lys

Fin: ikke særlig meget lys, og meget centeret.

**Softbox:** 40x40 og 70x70

Er med til at blødgør lyset og skyggerne.

**Paraply:** Hvid **–** Sølv **–** Transparent

Det bruger man oftest hvis man bruger falsk lys, som er flytbart. Man sætter flashen op mod paraplyen, som er med til at lyse f.eks. et ansigt op eller et produkt, hvor der eventuelt kommer dagslys ind fra den ene siden, men der mangler lys fra den anden side.

**Forskellen på paraplyerne:**

Sølv: koldere farver

Transparent: varmere lys

Hvid: bliver lidt som en softbox, blødere op.

## Farver

**Farver**

**Kort** farver udgør en stor del af brugerens førstehåndsindtryk, og modtagelsen af information.

**Webdesignerens farvepalette**

**Primære:**

Rene farver. Ikke blandet.

Fx gul og rød

**Sekundære:**

Blandet af to primære farver

Fx gul og rød = orange

**Tertiære:**

Blandet af én primær og én sekundær farve

Fx blander grøn, rød og violet

**RGB farver**

- brug Photoshop eller lignende til HEX koder

**Brug farvehjulet**

- også selvom det er udviklet til et subtraktivt farvesystem

**Brug farverne med et formål**

- til at understøtte budskab, anvendelighed, branding

**Vælg en grundfarve**

- synonym med brand og budskab.

Husk at farvepsykologi også spiller en rolle

**Vælg en accentfarve**

- kontrasten til grundfarven. Brug den på CTA eller andre steder

du vil øge opmærksomheden

**Sådan virker HTML farvekoder**

De seks tal og bogstaver i farvekoden kan deles op i grupper af tre.

Hver gruppe symboliserer en grundfarve.

**De første to =** bestemmer styrken af den røde farve.

**00 =** bestemmer styrken af den røde farve. (er lig med ingen rød )

**FF =** er den mest intense nuance.

**00 =** De næste to bestemmer den **grønne** farve

**FF**= de sidste to den **blå** farve.

**RGB =** De tre farver tilsammen kaldes RGB farver (Red + Green + Blue) og kan blandes til alverdens forskellige farver.

Mauve 
pinks 

## Typografi

**Typografi**

**Kort** typografi er med til at visualisere din kommunikation. Den designer den information du gerne vil give brugeren. Samt at det afspejler dit design og visuelle udtryk.

*”Typografi er et håndværk, der giver menneskets sprog visuel form.”*

* Robert Bringhurst  (Interfacedesign – Morten Rold s.161)

vertical stress 
Slab 
very little or. no thick-thin 
stroke translt1011 
Serif 
(Clarendon 
thick, horizontal serif

* Minuskler
* Masjusker
* X-heigh
* Leading
* Kerning
* Tracking Serif
* Sans serif

**Forklaring:**

* **Minuskler:**

Udover det første bogstav, består resten af Slab-fonts designs, af små bogstaver.

* **Masjusker:**

Store bogstaver; Ved slab-font, er det blot de forreste bogstaver, der er store.

* **Kerning:**

Afstanden mellem bogstaver

Også kendt som ‘knibning’.

Afstanden mellem hvert enkelt bogstav kan justeres.

Ved stab-font er afstanden mellem bogstaverne ens. Hvilket skaber en god balance.

* **Rytme:**Samtidig giver det også en god rytme, da afstanden bliver et gentagende mønster.  
  Der bliver hverken fremhævet eller skelnet mellem nogle bestemte bogstaver.

* **Tracking serif:**Disse skrifter er forsynet med seriffer, som er små vandrette “fødder” på bogstaverne.

Det kan betegnes som; kant overgang.

Der er forskellige former for kantovergange

Sans serif - Serif - Slab serif

* **Sans serif:**Betegnelse for fonttyper uden kant overgang.

* **Serif:**Ved dette design, faider kantovergangen langsomt ud. Og ender ud i en spidst, dette består Slab-font ikke ad.  
  Dens kendetegn afspejles i det modsatte.

* **Slab serif:**Der er stort set alle endelserne på bogstaverne nemlig firkantet.

Hvilket er det største kendetegn ved slab-font.

**Eksempel:**

SANS SERIF 
well 
As the name suggests, 
SERIF 
hello 
A serif font is one that has foot- 
t

## Gestaltlovene

**Gestaltlovene**

Gestaltlovene handler om at se helheder

*“The whole is different than the sum of its parts.” - Max Wertheime*

**Kort** I starten ser vi ikke hunden, men blot sorte former på en hvid baggrund,

men vi danner hurtigt et samlet billede af en hund der nysgerrigt snuser til jorden

Similarity 
Proximity 
Continuity 
Closure

**Gestaltlove og designprincipper**

* Proximity
* Continuity
* Similarity
* Figure-ground
* Common fate
* Symmetry Closure
* Simplicity (prägnanz)
* White space
* Golden section
* Rule of thirds
* Grids

**Nærhed (Proximity)**

Objekter som er tætte, opfattes (perception) som værende relaterede,

i højere grad end objekter som er placeret langt fra hinanden.

Det er ét af de første principper som rammer vores opfattelsesevne.

Nærhed ‘trumfer’ Lighed i bl.a. farver/kontraster

**Kontinuitet (Continuity)**

Objekter arrangeret på linie eller kurver, opfattes som relaterede

i højere grad end hvis de ikke er. Brødkrumme, paragraffer, grafer

(både vertikale og horisontale) kommunikerer relation

**Lighed (Similarity)**

Visuelle elementer som er ens i form, størrelse, farve og retning opfattes som del af en gruppe. Farver er den stærkeste måde at skabe lighed på. Det kan benyttes til at skabe relationer i navigation, links osv. for at understøtte hierarkiet i sitet.

Gennemført styling og content er vigtigt og antyder struktur.

**Reference:**

Hvordan kan gestaltlovene beskrive dette billede?

Hvorfor er det perception?

Den måde hjernen opfatter billedet på. Referenceramme. At se helheden.

**Fagbegreber:**

**Globale komponenter:**

Repræsenterer det indhold, der går igen på alle websitets undersider.

Disse elementer gør ikke noget, for at bidrage til en afgørende for forståelse af informationen på den konkrete side.

**Lokale komponenter:**

Kerne indholdet på hjemmesiden. Den information, der er unik for den enkelte side.

**Kontinuitet:**

Elementer, der er placeret, så de danner linjer eller kurver, opfattes som relateret til hinanden. En Engelsk betegnelse; good continuation.

Lukkethed:

Elementer der er lukket inde i samme "Indramning" vil blive opfattet som relateret til hinanden. Engelsk betegnelse; coomon region

**Figurdannelse.**

Engelsk betegnelse. Elementer som er separate, kan opfattes som én samlet figur, selvom denne figur reelt ikke er eksplicit til stede.

# Projekter

**Projekter**

## Designthinking

**Designthinking**

***Finde et emne, er der et behov?***

***undersøg problemet, og derefter finde ud af løsningen.***

Designtænkning er en **systematisk og handlingsorienteret** måde at designe kreative processersom har til formål at **udvikle løsninger på komplekse problemer.** Designtænkning er **ikke en entydig metode**, men snarere et **særligt mind-set** og en række **bud på faseopdelte udviklingsprocesser.**

* Empathise
* Define
* Ideate
* Prototype
* Test

**Empathise:**

Empati - forståelse

Med udgangspunkt i denne forståelse kan man så prioritere i de forskellige problemstillinger.

Nogle vil være vigtigere end andre.

**Define:**

Definere problemet

**Ideate:**

ide

**Prototype:**

Prototype af design og produkt

**Test:**

Test produktet løbende.

Feedback.

## Onepage projekt

**Onepage projekt**

**Onepage**

## Starten:

Vi fik tildelt er produkt, i vores gruppe var produktet; mac-croc, som er et nyt mærke indenfor energidrik.

Vi påbegyndte vores researchfase med det samme, for at finde ud af hvilken vinkel vi skulle arbejde med. Vores research bestod i at interviewe forskellige elever om deres kendskab og oplevelser med energidrik, for at se om vi kunne få øje på en fællesnævner, så vi havde noget at gå ud fra.

Tog udgangspunkt i designthinking modellen, hvor man starter med researchfasen, og derefter bevæger sig videre til de andre faser.

## Forberedelse:

Vi lavede moodboard, og benyttede os af den visuelle tankegang. Ved at vi hver i sær fanndt noget inspiration, som vi samlede og sorterede til sidst. Så vi ende ud i et design, vi begge fandt interessant og synes var passende til målgruppen.

Vi lærte meget af processen, selvom vi burde have delt opgaverne bedre op, så vi fik arbejdet på de områder, hvor vores svagheder er.

Vi delte opgaverne op, for at kunne nå det hele. Så jeg tog mig af produktfotos og tekst, hvor min makker Jesper, kodet hjemmesiden.

## Produktet:

Produktet blev vi meget tilfreds med, og synes det afspejlede vores ideer og talte til den målgruppe, vi gerne ville ramme.

## Om siden

**Om siden**

Refleksioner

## Uventede udfordringer:

Der er mange ting jeg gerne ville have gjort bedre, bl.a. at være mere forbedret afsat tid til uforudsete fejl og forhindringer, for man vil man vil støde på mange udfordringer i sådan en proces. Specielt hvad ang. software og kodning. Hvilket jeg burde have sat mere tid af til, for

man vil støde på mange udfordringer i sådan en proces.

Konsekvensen af dette, er at man mister noget tid, og skulle til sidst skulle speede processen lidt op. Hvilket gør at den har nogle fejl, og det er jeg bevidst om. Ville gerne have tilføjet mere tekst, gjort den mere personlig, flere fotografier og flere eksempler. Samt lave en wireframe, så den ville kunne pass til alle formater. Plus at få tilføjet flere kilder.

## CSS:

Hvis der hvad været mere tid, ville jeg også have arbejdet mere i CSS. Men prioriterede de ting, der var mest relevante, altså selve skabelonen og de brugervenlige funktioner, før man går ind i en mere detaljeret proces.

## Struktur:

Det har være god lære hvad ang. selvstudie, planlægning og struktur.

Jeg ville gerne have været bedre til strukturering af min tid.

Afsatte en del tid til ideudvikling og tekst, men burde have prioriteret mere tid på programmering, da det er der min svagheder ligger.

Kodningen har været svært og der har været mange ting, jeg ikke havde forudset eller var bevidst om.

## Læreproces:

Trods udfordringer og frustrationer, har det virkelig været en god læreproces. Er ikke tilfreds med resultatet, der er meget der kunne være bedre, er jeg stadig glad for det jeg har formået at skabe indtil videre. Har lært utrolig meget af denne her opgave og vækket min interesse endnu mere for kodning, og de mange muligheder der er. Dog også blevet bevidst om, hvor lang tid det tager.

Heldigvis har mange af datamatikerne, stillet sig til rådighed, hvis jeg havde nogle spørgsmål. Derfor efterspurgte jeg noget mere intenst privatundervisning, som en af dem heldigvis sagde ja til. Det har været en rigtig effektiv måde, at lære på. Jeg gik ikke hele tiden i stå, og kunne spørger og notere, der var ingen stress og jeg var ikke bange for at stille dumme spørgsmål, eller bede om at få det forklaret igen.

## Konklusion:

Det er fascinerende, at se ens ideer forvandle sig til noget visuelt og håndgribeligt.

Så alt i alt, har det været en udfordrende, men lærerig proces.

**Fotos:**

****