



DESIGNMANUAL

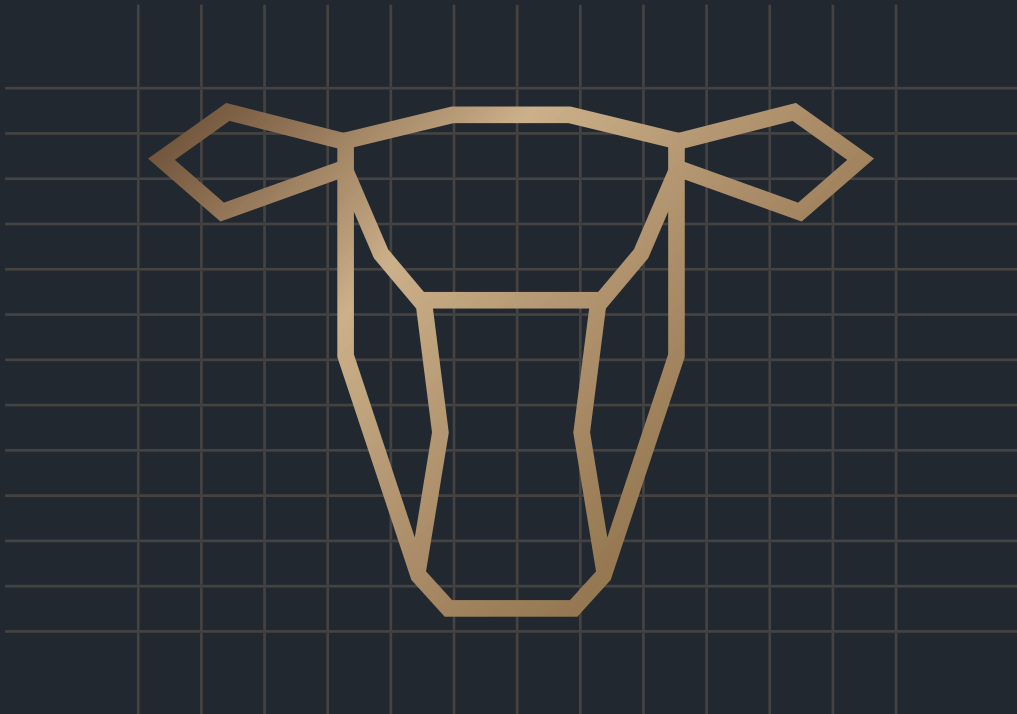
Anne Christine Carlsson
Adrian Wollum Hansen



INNHOOLD

Oversikt	3
Logo	4
Logovariasjon	5
Typografi	6
Eksempel	7
Farger	8
Koder	9
Nettside	10
Hjem skjerm	11
Kategorier	12
Om gullkalven	13
Premiere	14
Kontakt	15

Logo



CMYK: 16% 39% 59% 57%
RGB: 121, 94, 64
HEX: #795e40



CMYK: 36% 47,66% 90% 11%
RGB: 165, 126, 49
HEX: #a57e31



CMYK: 14% 19% 29% 4,69%
RGB: 219, 202, 180
HEX: #dbcab4

Logovariasjon

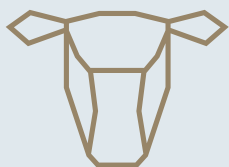


GULLKALVEN



GULLKALVEN

Flere variasjoner



GULLKALVEN



GULLKALVEN

Typografi

avenir heavy

ABCDEFGHIJKLM

OVERSKRIFT

avenir medium

ABCDEFGHIJKLM

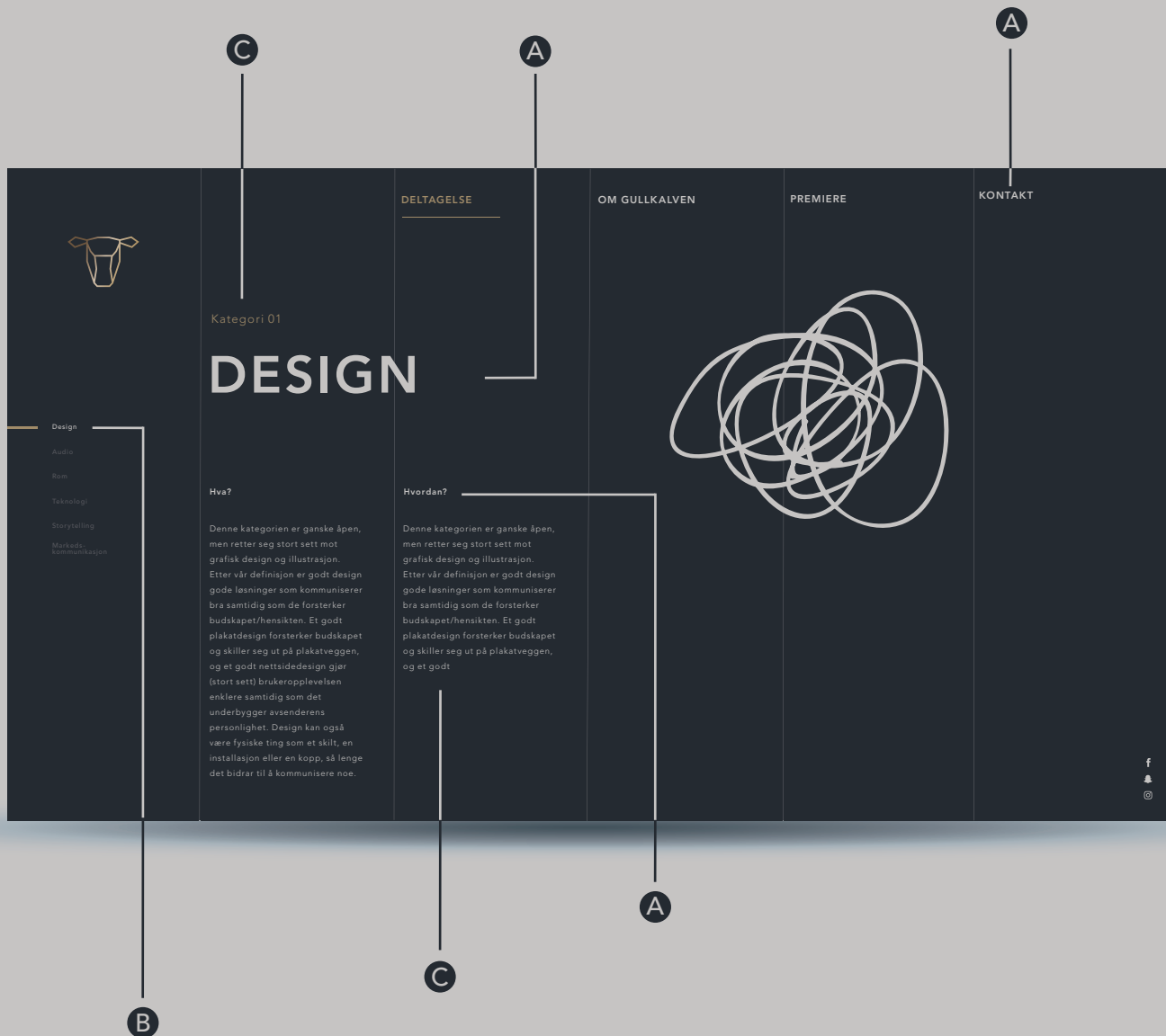
underoverskrift

avenir light

ABCDEFGHIJKLM

brødtekst

Eksempel på typografi bruk



A Avenir Heavy

B Avenir Medium

C Avenir Light

Farger

Gradient



Fargekoder

CMYK:

C14 / M19 / Y29 / K4,69

RGB:

219, 202, 180

HEX:

#dbcab4

CMYK:

C16 / M39 / Y59 / K57

RGB:

121, 94, 64

HEX:

#795e40

CMYK:

C36 / M47,66 / Y90 / K11

RGB:

165, 126, 49

HEX:

#a57e31

Farger



BRØDTEKST

CMYK:

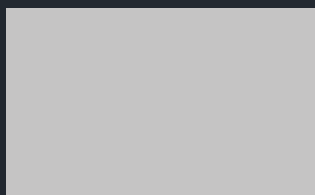
C22 / M18 / Y18 / K0

RGB:

207, 204, 204

WEB:

#cfcccc



KALVGULL

CMYK:

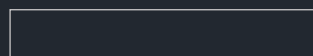
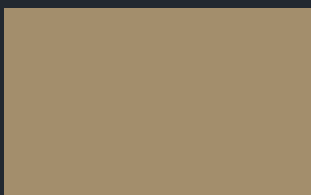
C36 / M39 / Y62 / K6

RGB:

172, 147, 106

WEB:

#ac936



BAKGRUNN

CMYK:

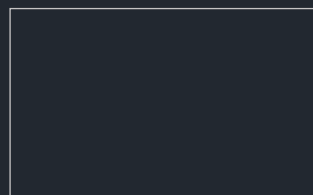
C76 / M65 / Y54 / K65

RGB:

44, 46, 51

WEB:

#2c2e33





Design

Audio

Rom

Teknologi

Storytelling

Markeds-
kommunikasjon

Kategori 01

DESIGN

Hva?

Denne kategorien er ganske åpen, men retter seg stort sett mot grafisk design og illustrasjon. Etter vår definisjon er godt design gode løsninger som kommuniserer bra samtidig som de forsterker budskapet/hensikten. Et godt plakatedesign forsterker budskapet og skiller seg ut på plakatveggen, og et godt nettsidedesign gjør (stort sett) brukeropplevelsen enklere samtidig som det underbygger avsenderens personlighet. Design kan også være fysiske ting som et skilt, en installasjon eller en kopp, så lenge det bidrar til å kommunisere noe.

DELTAGELSE

Hvordan?

Denne kategorien er ganske åpen, men retter seg stort sett mot grafisk design og illustrasjon. Etter vår definisjon er godt design gode løsninger som kommuniserer bra samtidig som de forsterker budskapet/hensikten. Et godt plakatedesign forsterker budskapet og skiller seg ut på plakatveggen, og et godt

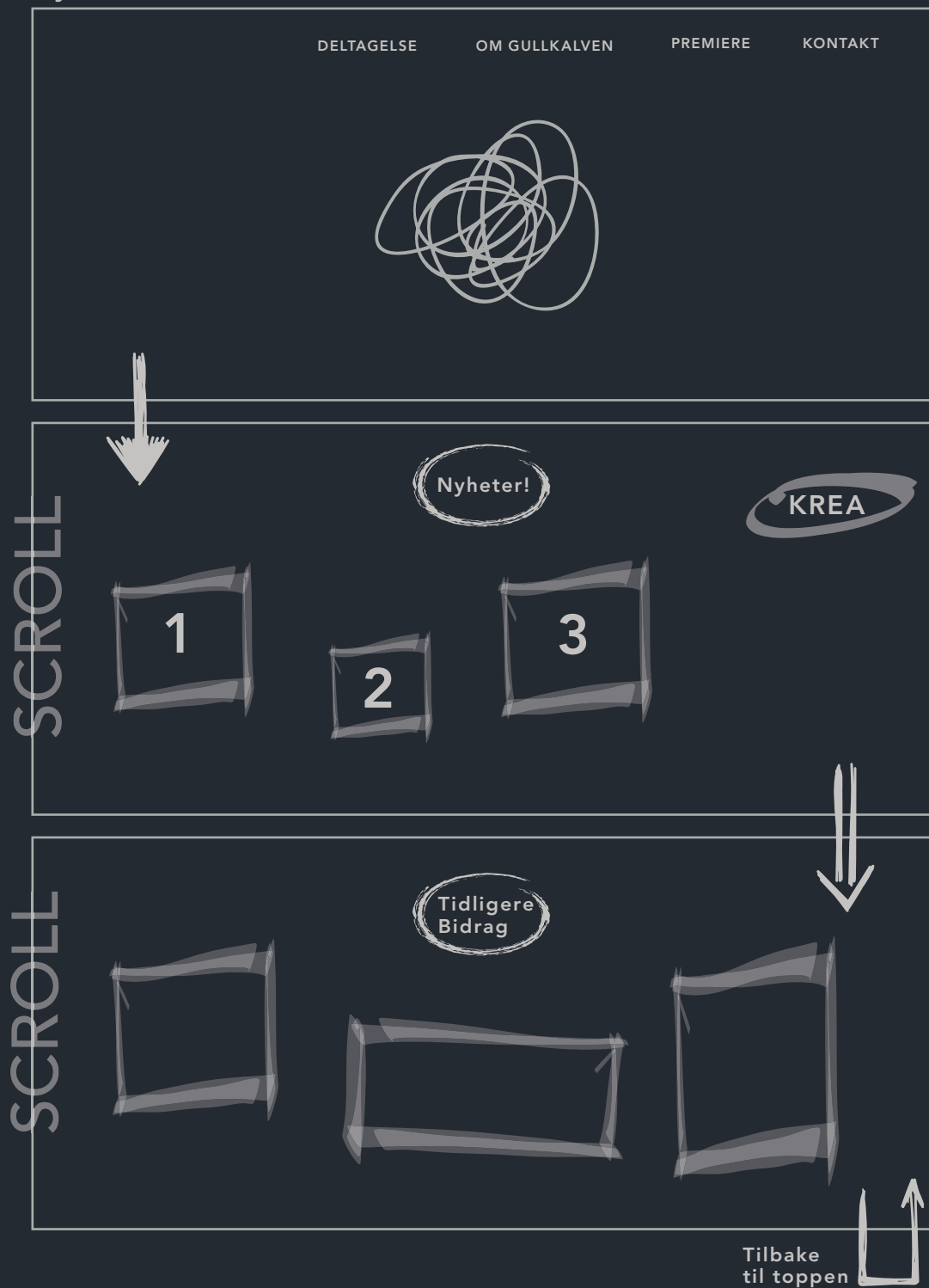
OM GULLKALVEN

PREMIERE

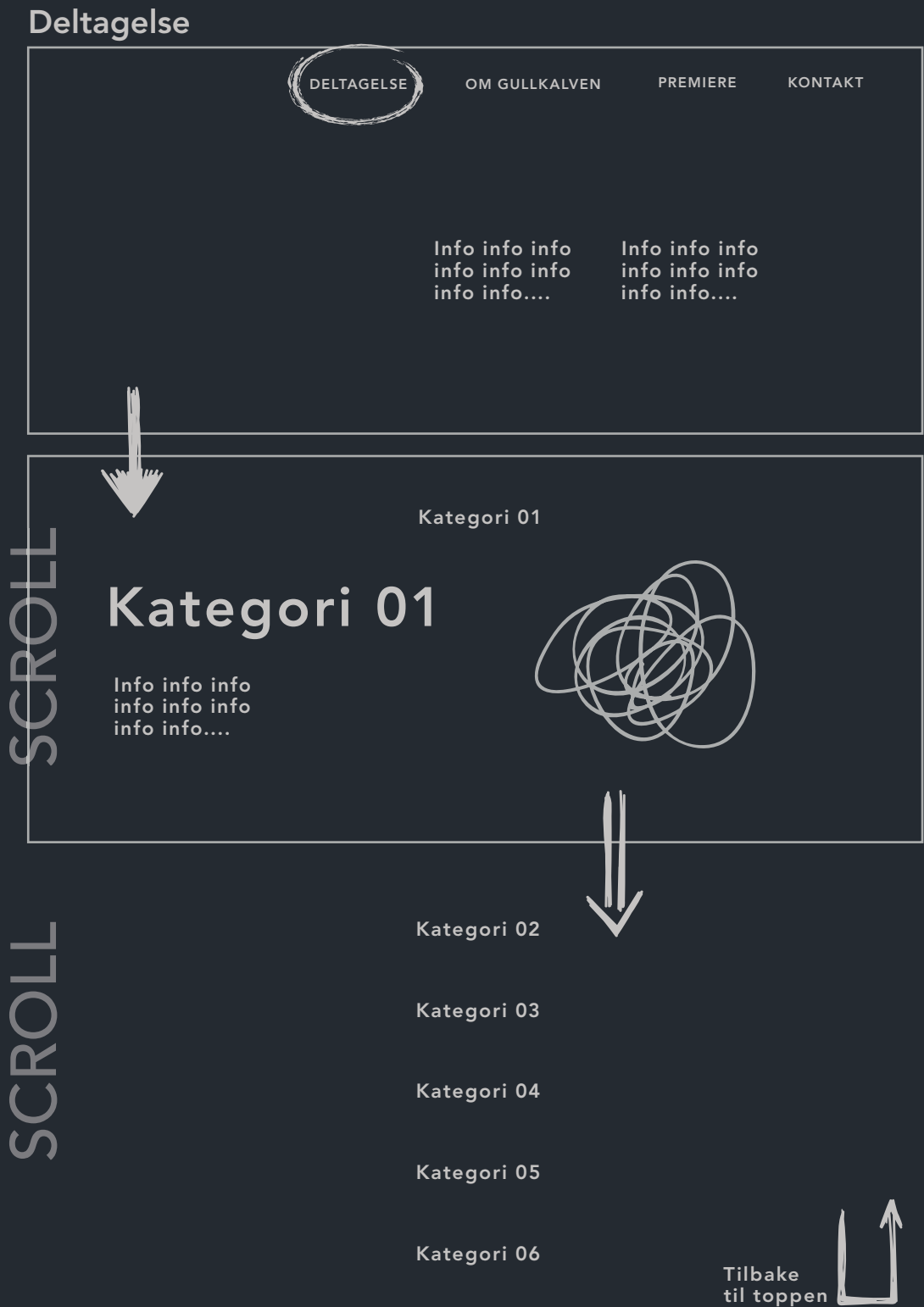
KONTAKT



Hjem/forside



Nettside funksjon

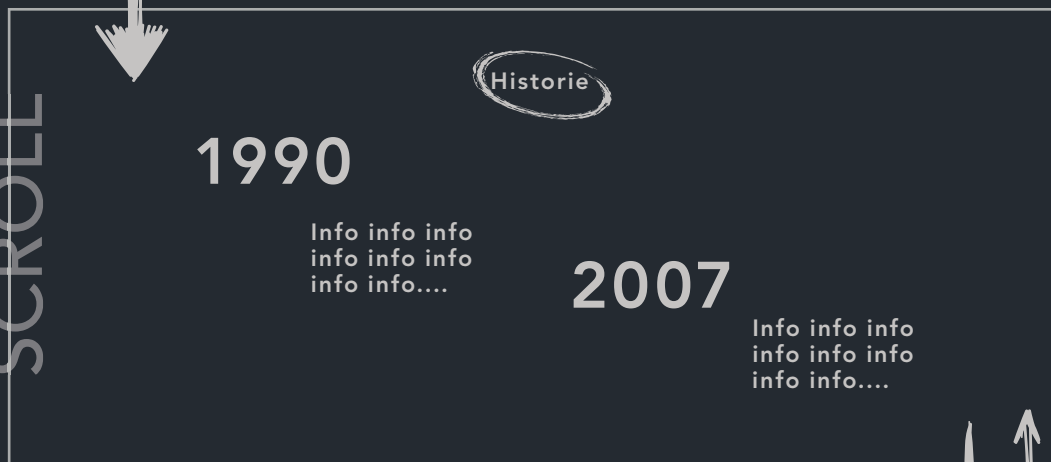


Nettside funksjon

Om gullkalven



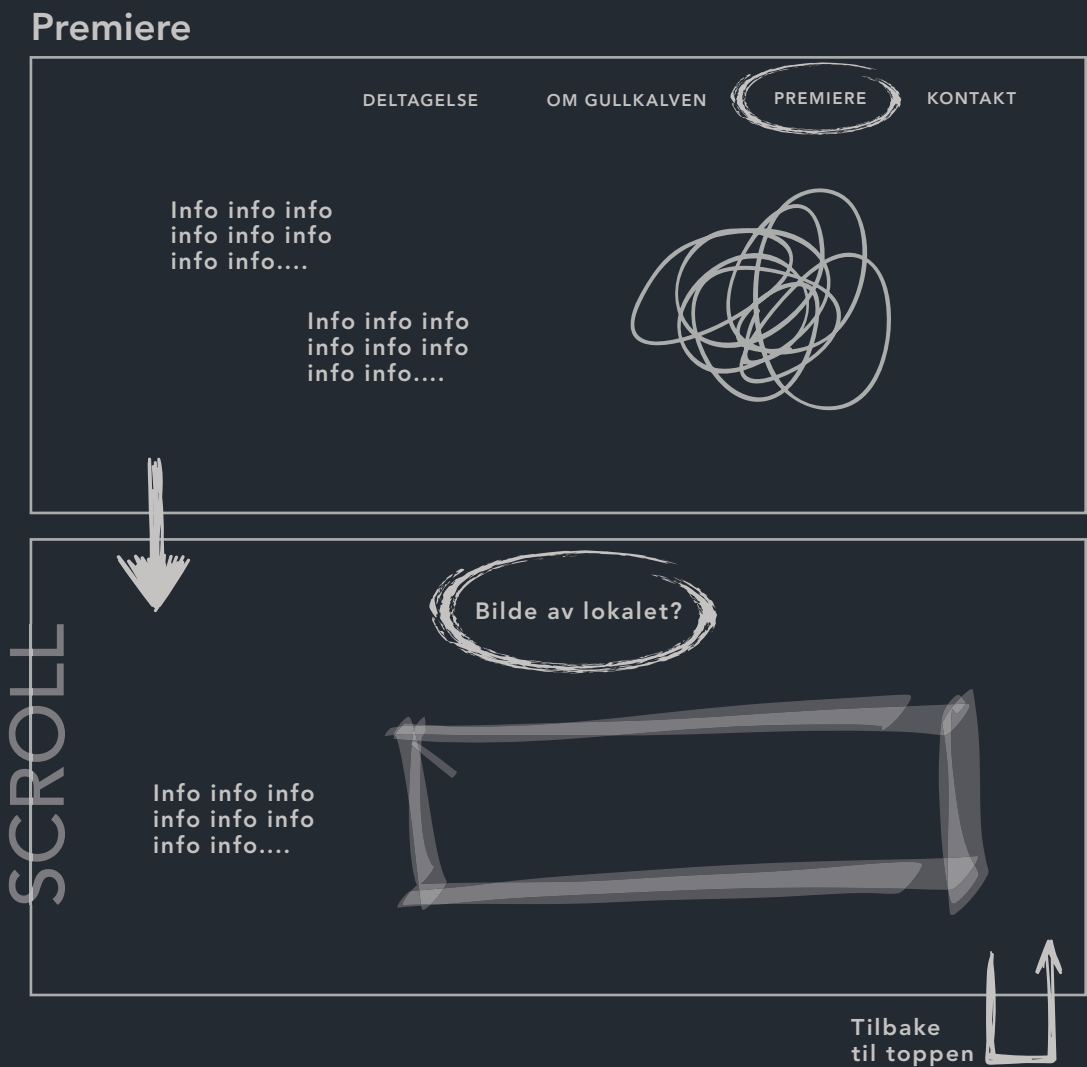
SCROLL



Tilbake
til toppen

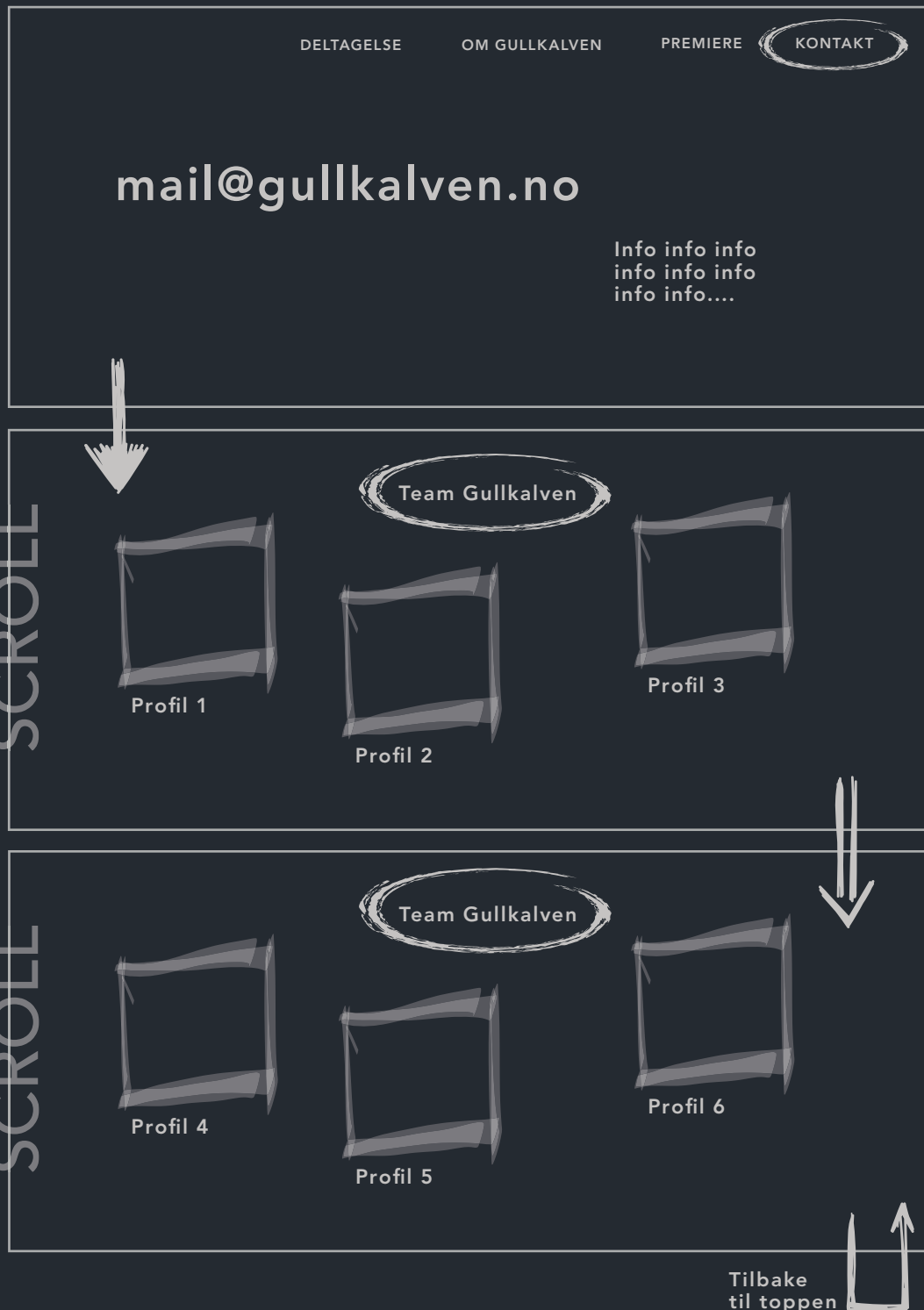






Nettside funksjon



Nettside funksjon

Kontakt



	DELTAGELSE	OM GULLKALVEN	PREMIERE	KONTAKT
		<p>Hva?</p> <p>Denne kategorien er ganske åpen, men retter seg stort sett mot grafisk design og illustrasjon. Etter vår definisjon er godt design gode løsninger som kommuniserer bra samtidig som de forsterker budskapet/hensikten. Et godt plakatedesign forsterker budskapet og skiller seg ut på plakatveggen, og et godt nettsidedesign gjør (stort sett) brukeropplevelsen enklere samtidig som det underbygger avsenderens personlighet. Design kan også være fysiske ting som et skilt, en installasjon eller en kopp, så lenge det bidrar til å kommunisere noe.</p> 	<p>Hva?</p> <p>Denne kategorien er ganske åpen, men retter seg stort sett mot grafisk design og illustrasjon. Etter vår definisjon er godt design gode løsninger som kommuniserer bra samtidig som de forsterker budskapet/hensikten. Et godt plakatedesign forsterker budskapet og skiller seg ut på plakatveggen, og et godt nettsidedesign gjør (stort sett) brukeropplevelsen enklere samtidig som det underbygger avsenderens personlighet. Design kan også være fysiske ting som et skilt, en installasjon eller en kopp, så lenge det bidrar til å kommunisere noe.</p>	

		DELTAGELSE	OM GULLKALVEN	PREMIERE	KONTAKT
	1990	<p>Gullkalven så dagens lys i 1990, da som «Gullblyantspiissen», og som del av den nasjonale reklameprisen Gullblyanten. Studentkonkurransen ble grunnlagt av en gjeng elever fra Westerdals Oslo ACT, men har i senere tid vokst seg større og blitt drevet av elever fra flere skoler i Oslo. Konkurransen har hatt en rekke konsepter og omfang når det gjelder kategorier.</p>	 2007	<p>I 2007 ble Gullblyantspiissen om døpt til Gullkalven, slik vi kjenner den i dag. Gullkalven har siden 1990 utviklet seg til å bli en unik mulighet for kreative studenter til å vise seg frem for bransjen.</p>	