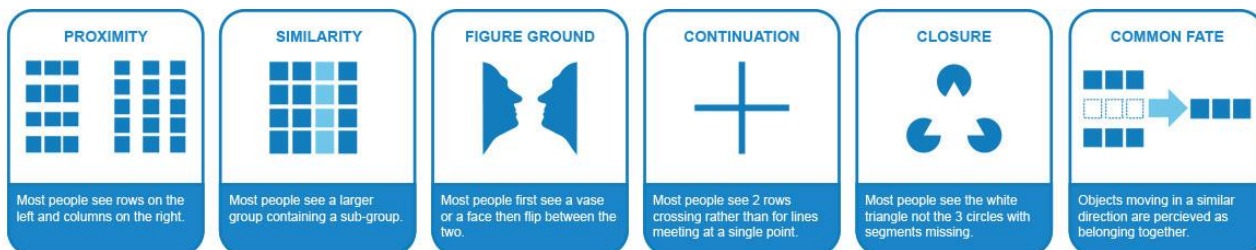


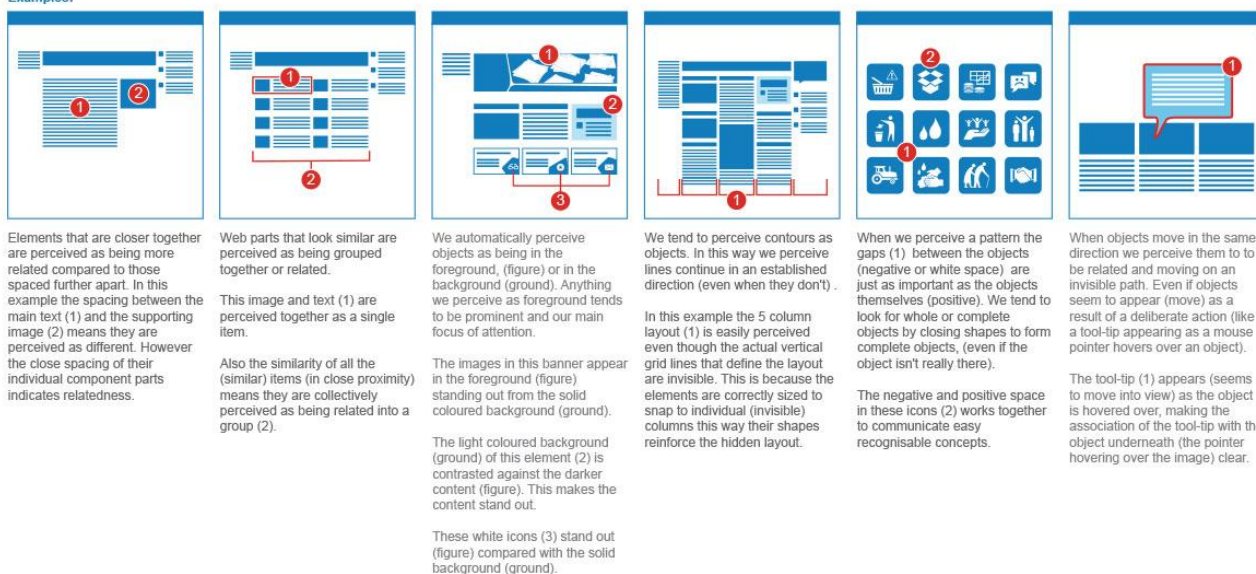
Noter - (Til portfolio)

Tema 1 - Web

- 08-09-2022



Examples:



1. Gestaltlovene og designprincip- Vigtigt fordi mennesker kan godt lide orden i det de ser.

1.1 Figur Ground Relation/**Figure Ground Relationship**

Elementer opfattes som enten figurer (særskilte fokuselementer) eller grund (baggrunden eller landskabet, som figurerne hviler på).

1.2 Lighed/**Similarity**

Ting, der ligner hinanden, opfattes som værende mere relaterede end ting, der er forskellige

1.3 Nærhed/**Proximity**

Ting, der er tæt på hinanden, opfattes som værende mere relaterede end ting, der er længere fra hinanden.

1.4 Fælles skæbne/**Common Fate**

Mennesker har en tendens til at opfatte elementer, der bevæger sig i samme retning, som værende mere relaterede end elementer, der er stationære, eller som bevæger sig i forskellige retninger.

1.5 Lukning/**Closure**

Når man ser på et komplekst arrangement af individuelle elementer, har mennesker en tendens til først at lede efter et enkelt, genkendeligt mønster.

1.6 Ensartet tilknytning

Elementer, der deler ensartede visuelle karakteristika, opfattes som værende mere beslægtede end elementer med forskellige visuelle karakteristika.

1.7 God Fortsættelse/**Good Continuation**

Elementer arrangeret på en linje eller kurve opfattes som værende mere relaterede end elementer, der ikke er på linjen eller kurven.

1.8 Prægnanz lov/**Law of Prägnanz**

Mennesker har en tendens til at fortolke tvetydige eller komplekse billeder som enkle og komplette.

Feedback

Hero images - det man ser først på websiden...

Nyt syn på andre hjemmesider. Hvad vi kunne stræbe efter og hvad man kunne forbedre (hvad virker)

RGB - farve system

Farvepsykologi

Typografi - design element - tekst style

Tekst kaldes også Typeface - fx Word

Brødtekst/paragraf - Fontklassifikationer - sans serif og serif - vigtigste

- **09-09-2022**

Kommunikation

Reflektere

Reflekter over dagens emne. Hvorfor er kommunikation overhovedet vigtigt for multimediedesignere?

Man kan gøre fremskridt ved at have gode kontakter og kommunikation kan binde og med andre mennesker. (vi er Væsener der er i flokke)

Tænk over en situation hvor du kan se anvendelse af imk-modellen:

Fremlæggelser eller præsentationer.

Feedback

Latin - communicare - gøre noget fældes

UX - user experience - hvordan brugerne oplever de vores produkt/hjemmeside.

- **Det samfundsvidenskabelige paradigme - mere skema og passer ikke her:**

- Fokus på afsender
- Transmission - kan bruges i propaganda - envejskommunikation

- **Det humanistiske paradigme - mere til mig:**

- Modtagerorienteret – aktiv og medskabende.

– Interaktion

k. Typer - verbalkommunikation, non-verbalkommunikation -

Kort kommunikation - **Det vi siger og gør, Det vi ikke siger og ikke gør, Dem vi siger det til:**

- Afsender
- Modtager
- Budskab

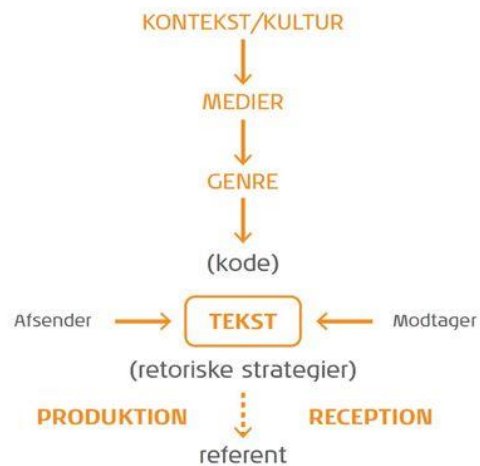
• **Kongruent:** Meddelelserne der sendes via de forskellige kanaler (fx verbal/nonverbal) er i overensstemmelse.
• Ex: "du er dejlig" (smiler/ser forelsket ud). Modtageren er tryk ved at det der siges, også er det der menes.

• **Inkongruent:** Meddelelserne der sendes via de forskellige kanaler (verbal/nonverbal) er modsatrettede. Modtageren bliver utryk/usikker på at det der siges, også er det der menes.
• Eks: "du er dejlig" (vrisser/slår).

Laswell model kan bruges



Figur 9. IMK-modellen har teksten i centrum som det, afsender og modtager producerer i centrum.



© Kommunikation i multimediedesign, Hans Reitzels Forlag, 2011, Anne Mette Busch, et al.

(glem links)

- **12-09-2022**

Camera

Feedback/refleksion

Det der sker inde i cameraet når man tager et billede, har vi lært om...

Praktisk info om hvordan man passer på sit kamera...

Øvelser med kameras funktioner

B - når man tager billede af lyn

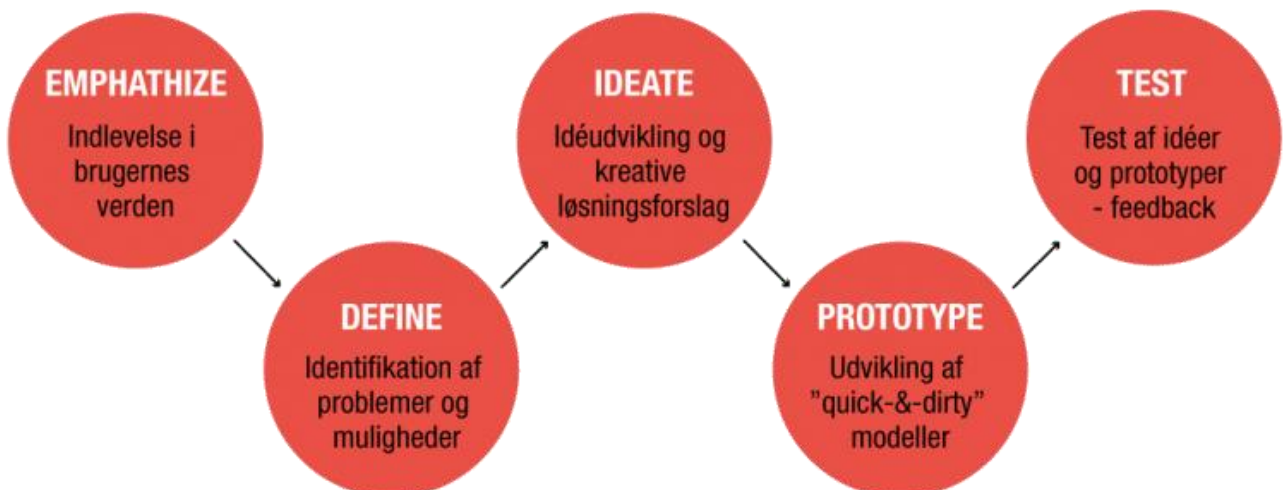
3 ting man skal have styr på -

- Lukketid (Lys eller Mørkt) (hjælper med at tage billeder i bevægelse)
- Blænde (hul i objektivet) (skarpt eller sløret - stor blænde sløret baggrund) (lille blinde kan hjælpe med at tage billede af sol/lys) og
- ISO (signalens kraft) (gøre bedre bilede - fx koncert)

- **26-09-2022 til 30-09-2022**

Lang periode med HTML, præsentation og **Green inovation week**.

Lært om **Design Thinking processen**.



(Alt om Green inovation week ligger i min onedrive)

Tema 2: Sociale medier

- **04-10-2022**

Psykografi + demografi: SoMe, nyheder, radio, websider, gift, morgenmad...

Udarbejde/opfinde en persona:

Navn - Sofija Myslyva

Alder - 14 år gammel

Bopæl - Balling, Villaparken 48

Uddannelse/job - Balling skole 8 klasse

Personlighed - Er forstående, er en god lillesøster, kan blive irriteret når man driller hinde, kan lide hunde, hun kan bedst lide at gå med frit hård, kan lide at hjælpe sine venner, gør tit det hun bliver bedt om, af forældre.

Ønske

Fritidsinteresser - Ser meget TikTok, Kan lide at læge med hund, shoppe med sine venner, bange og lave mad, arbejder på Dyrpansion.

En kort biografi der beskriver personen -

Barndom: blev født i Skive. Har en storesøster og hun er fra en Dansk-Ukrainsk livsstil/baugrund,

Opvækst: Bor og opvokset i Spøttrup og

Begivenheder i personens liv - har rejs med familien. Har selv valgt Vilken hund hun skulle købe.

Udfordringer i hverdagen

(mål - S.M.A.R.T.E - læse mere om)

Svare på S.M.A.R.T.E - Hvad vil jeg opnå?

Mål: Jeg vil have x antal kunder. Få 3 personer til at være medlem. At x folk ringer til mig:

Formål: Generelt sælger vare eller nå ud til mange kunder.

Jeg ønsker at vise min persona en fin og nem/forståelig hjemmeside.

Udarbejde en hjemmeside

Scope (få overblik over hvad man vil præsentere) - hvad jeg skal have? Skaber blik fang.

- Fangede overskrift
- Navigationsbar
- Hero image
- Boxe - info - kontakt

- Store billeder

Sitemap (matrix - gå fra alle steder til alle steder) - tegne og beskrive brugsscenarier - hvor brugervenligt websiden er?.

Nire-frames - layout, oversigt, opsætning af side...

Mode-up - skitserer ideer til hjemmesiden.

- **05-10-2022**

Nyhedskriterier

Web-archive.org - kan bruges til at se hjemmesider der var lukket og hvor mange besøgende de havde.

Modeller

Vigtigt at huske og bruge: "hey, you, see, so" og "7 geniale genveje"

- **05-10-2022**

Lys, udstyr og kamera

(sjov info - Man for tit røde øjne eller mørke briller fordi blitzen er for tæt på linsen og reflekter lyset. Derfor bruger man spid light)

Spid ligt - lampen kan bruges i sted for almindelig blitz, på kamera.

Softbox - inden i den er en Inerbafel og aulerbafel - har typisk i studier eller når man skal lave portrætbillede. Normalt er den 4kantant, men der anbefales en 8kantet.

Anbefales firmaet Godox.

- **07-10-2022**

Målgrupper. Digital strategi. Sociale medier og indholdsstrategier

Minerva.

En miniguide til os selv, som man kan anvende i fremtiden.

Hvem er målgrupperne i SoMe kanalerne Youtube, Instragram, LinkedIn og Facebook?

Hvordan segmenterer man sin målgruppe?

Hvordan henvender man sig til sin målgruppe i de forskellige SoMe kanaler?

Hvad skal man være opmærksom på?

Gode råd fra andre?

Do's and don'ts?

Det handler ikke om, at I skal blive erfarne brugere af SoMe kanalerne, men I skal nemt kunne finde ud af hvordan kanalerne bruges og til hvilke formål.

SEO er en forkortelse for Search Engine Optimization, der på dansk betyder søgemaskineoptimering

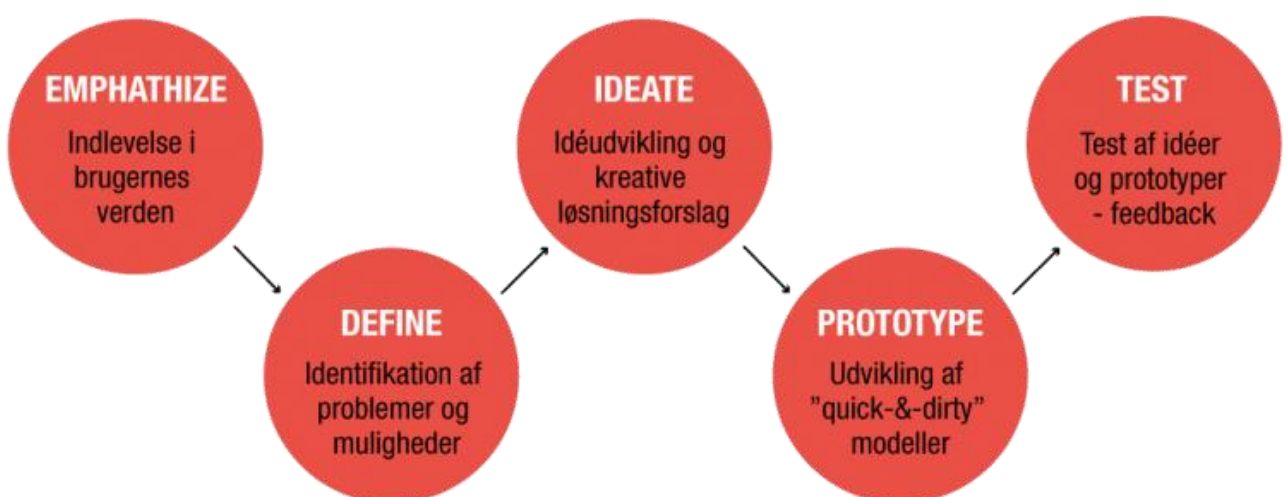
Ting man kan bruge til branding - bogen: "Building a story brand", podcast: "marketing made Simple" og webside: "**mystorybrand.com**"

Websider til reklamation:

- Canva.com
- AdobeExpress
- Pictory.ai - video
- pexel

- **10-10-2022**

Big Blue projekt



(Årshjulet kunne bruges, men har ikke brugt)

Udforsk BigBlue Skive -->

Har du problemer med at finde et godt sted at fiske? Udforsk Skives BigBlue projekter.

Langs åen i skive kan du måske finde lige det sted for dig, hvis du kan lide at fiske.

I stedet for at kravle rundt i buskende langs åen, kan du finde et passende sted ved hjem af et kort du kan finde på Big Blue Skives hjemmeside...

Bruger storybrand hjemmesiden.

Tema 3: Redesign

- **25-10-2022**

Usability - Brugertest

- Hvad er usability?

Hvor brugervenlig hjemmesiden er. Hvordan brugerne kan nå deres mål.

Brugervenlighed/usability er i it-terminologi betegnelsen for den egenskab ved et system, at det er bekvemt at betjene, at systemet reagerer og fungerer som en bruger i målgruppen vil forvente. En systematisk afprøvning af brugervenlighed kalder en brugervenlighedsafprøvning

- Hvordan hænger usability-test sammen med ressourceforbrug?

Huske at teste løbende. Minde Reusser/penge/tid til brugbarheden.

(Hvad er usability testing?) Usability er fænomenet der dækker over brugervenligheden af en hjemmeside, et produkt, en app eller lignende.

Det bruges til at måle hvordan produktet er at bruge - er det enkelt? Effektivt? Har få fejl? og flere andre faktorer. Det kan hjælpe spare på ressourceforbrug.

- Forklar hvorfor usability altid indgår i en kontekst.

Man skal vide hvem hjemmesiden er til. Brugertest. Hvem, hvad, hvordan, hvorfor.

- Hvad betyder funktionalitet?

Hvordan det virker. Brugernes mål og behov. Side 14 i "usability" bogen.

Det at noget fungerer godt, er let og praktisk at bruge osv. 1. a samlet mængde af tekniske funktioner der kan afvikles på en computer eller et andet elektronisk apparat

- Hvad er brugertilfredshed?

Følges at bruge det. Kvalitet. Hvordan er hjemmesiden opstillet? Får de det de vil have? Kan man nå målet?

Alle testmetoderne i bogen er egnede til at stille spørgsmål til websitets usability. Hver testmetode har dog særlige styrker inden for bestemte fokusområder. I skemaet herunder er vist nogle typiske fokusområder for en usability-undersøgelse; og der er udpeget, hvilke af bogens testmetoder der passer til undersøgelsens fokus, samt hvor de findes i bogen.

Typisk fokusområde:	Særligt egnede testmetoder:	Kapitel:
Navigation og struktur (Informationsarkitektur)	Gangstertest (navigation) Kortsortering (informationsstruktur)	5 8
Funktionalitet (Interaktionsdesign)	Spørgeskema Ekspertvurdering (ud fra design-principper) Brugertest	6 7 9
Layout og opbygning	Gangstertest Ekspertvurdering Brugertest	5 7 9
Tilgængelighed	Ekspertvurdering Brugertest Tilgængelighedstest	7 9 10
Forståelighed for bruger	Spørgeskema Kortsortering Brugertest	6 8 9

Skemaet skal forstås således, at hvis man tester navigation, kan man sammensætte et undersøgelsesdesign af en gangstertest og en kortsortering, mens en tilgængelighedstest og et spørgeskema er mindre relevante. Arbejder man med at afprøve specifikke funktionaliteter, vil brugertest og ekspertvurdering fungere godt sammen, mens kortsorteringen giver mindre mening.

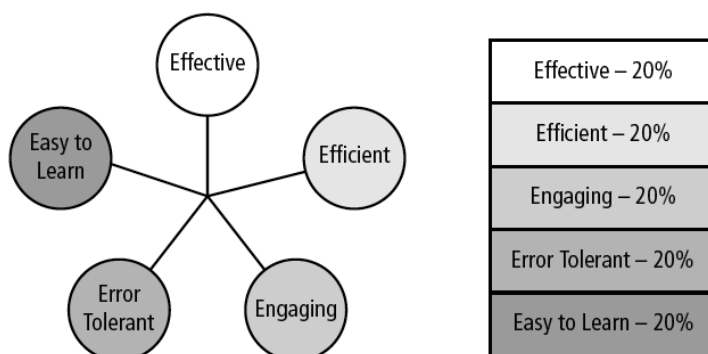
- Hvad er et undersøgelsesdesign?

Hvordan man tester. For ikke at bruge de forkerte metoder til forkerte formål.

Undersøgelsesdesign refererer til den overordnede ramme for indsamling og analyse af data. Valget af undersøgelsesdesign siger noget om forskerens refleksioner over prioriteringen af forskellige aspekter af undersøgelsesprocessen, eks. kausalitet og generalisering.

- Hvad er usability-kriterier til websites?

Kvalitet krav:



Usability henviser til i hvilket omfang hjemmesiden er effektiv, let at bruge, let at lære, fejlfri og tilfredsstillende for brugeren.

Fx af mål: 7 ud af 10 ruger efter en kort periode kunne bruge søge funktionen...

- Hvilke testmetoder skal man anvende?

Det kommer an på hvor man er...

Alle testmetoderne i bogen er egnede til at stille spørgsmål til websitets usability. Hver testmetode har dog særlige styrker inden for bestemte fokusområder. I skemaet herunder er vist nogle typiske fokusområder for en usability-undersøgelse; og der er udpeget, hvilke af bogens testmetoder der passer til undersøgelsens fokus, samt hvor de findes i bogen.

Typisk fokusområde:	Særligt egnede testmetoder:	Kapitel:
Navigation og struktur (Informationsarkitektur)	Gangstertest (navigation) Kortsortering (informationsstruktur)	5 8
Funktionalitet (Interaktionsdesign)	Spørgeskema Ekspertvurdering (ud fra design-principper) Brugertest	6 7 9
Layout og opbygning	Gangstertest Ekspertvurdering Brugertest	5 7 9
Tilgængelighed	Ekspertvurdering Brugertest Tilgængelighedstest	7 9 10
Forståelighed for bruger	Spørgeskema Kortsortering Brugertest	6 8 9

Skemaet skal forstås således, at hvis man tester navigation, kan man sammensætte et undersøgelsesdesign af en gangstertest og en kortsortering, mens en tilgængelighedstest og et spørgeskema er mindre relevante. Arbejder man med at afprøve specifikke funktionaliteter, vil brugertest og ekspertvurdering fungere godt sammen, mens kortsorteringen giver mindre mening.

- Hvad er skitser og prototyper?

Skitser, få resurser.

Skitser er løsere end prototyper og har grundlæggende et andet formål. Når der nogen gange tales om throw away prototyping, så refererer det ofte til hurtige skitser, som man bruger til at tænke med og gerne smider væk, efterhånden som man får udviklet sin idé.

- Hvorfor og hvordan dokumenteres resultater af tests?

For at få et resultat.

Lyd optage eller notater for at **dokumentere**. Få noget ud af det. Argumentation.

Sige fx hvorfor og hvordan.

Hvordan:

Hvem er modtager. Hvad er de vand til, de vil have.

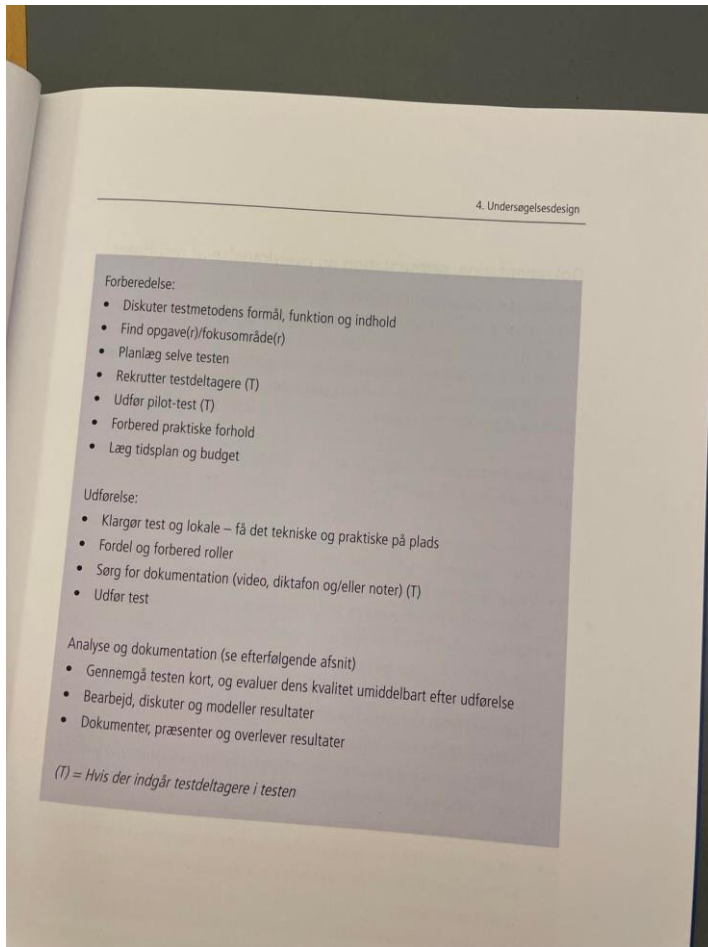
Resultaterne, ses igennem.

Gør det tilgængeligt.

Strukturen - enkel.

Bruge metatekst.

Flere formattyper.

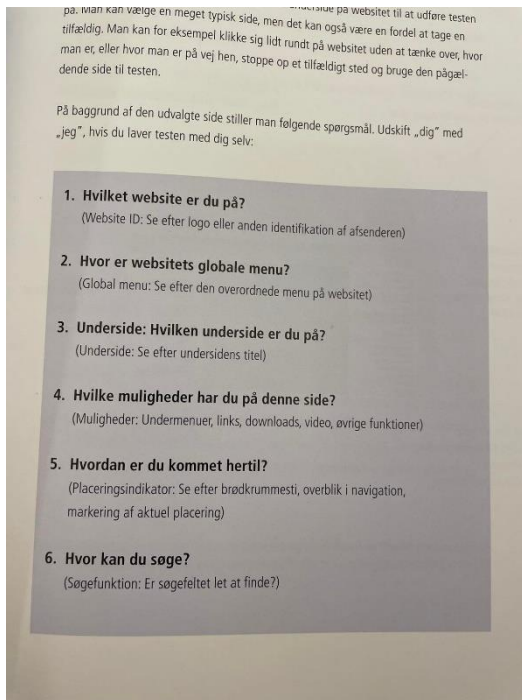


Ekstra - Hvad kan man typisk gøre for at øge et sites usability?

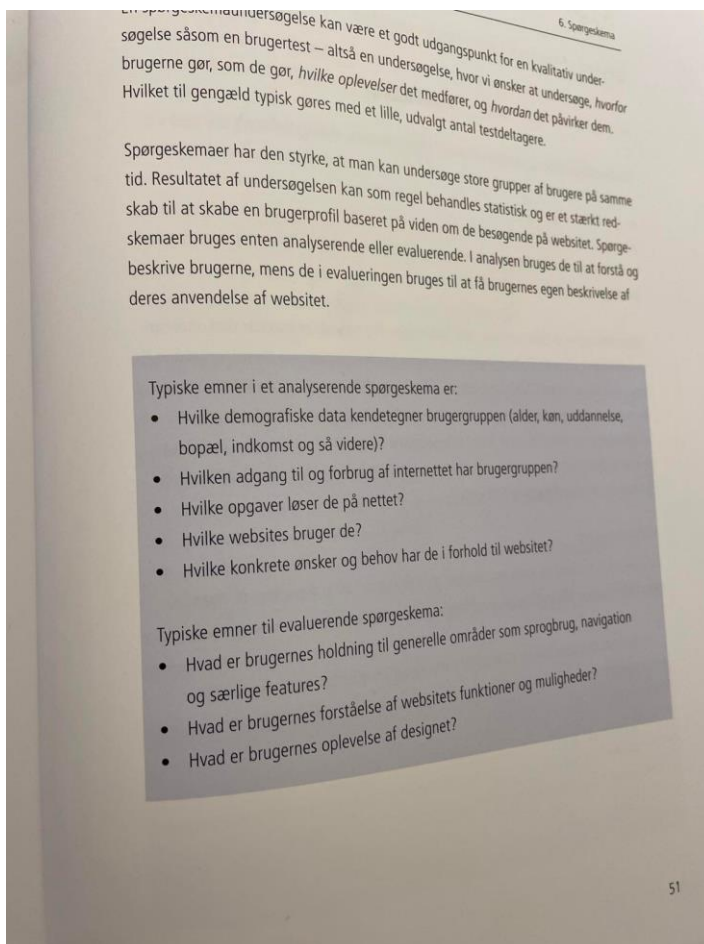
Én af de vigtigste ting, man kan gøre for at øge brugervenligheden, er at sørge for at éns hjemmeside er optimeret til mobile enheder – dvs. at både det visuelle layout og funktionaliteten på hjemmesiden, virker og ser godt ud på en mobiltelefon eller tablet, uanset hvilken skærmstørrelse.

Bruge hinanden:

Vælg et site hvor I tester "informationsarkitekturen" - gangster test - kort sortering - se billede



Vælg et andet site hvor I tester "interaktionsdesignet"



emner, og én gang hvor du designer spørgsmål inden for de pågældende emner. Disse 4 punkter kan du for øvrigt genbruge i mange situationer, hvor du skal skabe orden i større mængder data. Det kaldes at skabe sammenhænge (affiniteter).

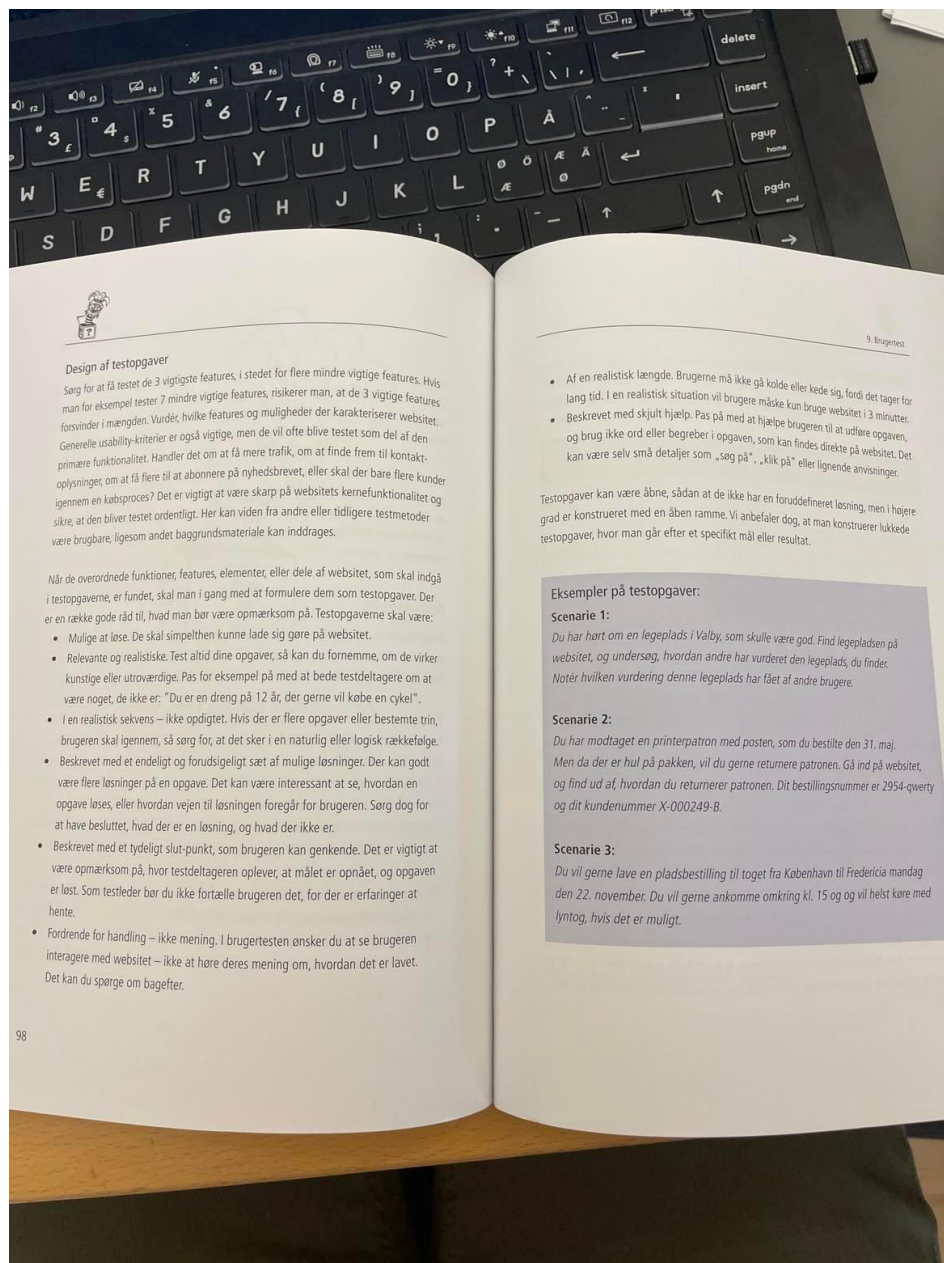
Når emner og tilhørende spørgsmål til spørgeskemaet ligger klar, skal du i gang med en mere detaljeret udformning af de enkelte spørgsmål samt endnu en rationalisering af den samlede mængde spørgsmål. Vi anbefaler, at du sætter spørgsmålene op i et skema med 4 spalter:

1. spalte skal indeholde selve spørgsmålet.
2. spalte skal indeholde en vejledning for besvarelse til testdeltageren.
3. spalte skal indeholde svarmulighederne.
4. spalte skal indeholde begrundelsen for at stille det pågældende spørgsmål.

Den sidste spalte er vigtig, fordi den i spørgeskemaets samlede brug er en påmindelse om spørgsmålets formål og berettigelse.

Spørgsmål:	Vejledning:	Svarmuligheder:	Formål:
Hvor ofte besøger du www.website.dk ?	Sæt kun ét kryds, og skriv evt. en kommentar!	<ul style="list-style-type: none"> • 1 gang eller mere pr. uge • 1-3 gange pr. måneden • Mindre end 1 gang pr. mdr. • Aldrig • Ved ikke • Kommentar: _____ 	Undersøge, hvor ofte websitets nyheder bør opdateres.

Eksempler



Vælg et tredje site hvor I tester "forståelighed for bruger"

Evaluering af websiden.

Ekspertvurderingen, kan bruges på næste semester når vi skal arbejde med virksomheder. Tage udgangspunkt i et punkt - fx vejen af køb af produkt.

- 26-10-2022

Designproces, stil og æstetik · Adobe XD

Hvad jeg Hr læst om:

Æstetisk, visuelt design og brugervenlighed - Konklusion

At tackle et emne som visuelt design og æstetik kan være vanskeligt, simpelthen fordi det er et visceralt, umiddelbart lag, som mennesker kan relatere til (på en positiv eller negativ måde). Forhåbentlig vil der i slutningen af denne artikel være en erkendelse af, at visuelt design ikke er en dum øvelse i hule koncepter lavet for den simple skyld at udøve kreativitet på noget, der absolut ikke løser noget. Det er en afgørende disciplin på en rigt lagdelt rejse, der har til formål at glæde, men også producere målbare resultater. Jeg vil afslutte med dette citat fra Dr. Martin Luther King, Jr., der skrev "Hvis du ikke kan flyve, så løb, hvis du ikke kan løbe, så gå, hvis du ikke kan gå, så kravl, men hvad du end gør du skal blive ved med at komme videre".

Aesthetics vs. Usability in Web Design.

How To Create a Web Page Design that is Aesthetically Pleasing.

Der er 4 vigtige kategorier, som kan gøre eller bryde æstetikken i vores designs.

Design principle: Aesthetics.

Vision:

Den mest dominerende sans hos de fleste mennesker er vores syn. Vi kan ikke lade være med at se på det, vi finder smukt. Det er, som om lyset, der reflekteres fra det smukke design, fungerer som en magnet for vores øjne.

Visuel æstetik har disse nøgleelementer: Farve, Form, Mønster, Linje, Tekstur, Visuel vægt, Balance, Skala, Nærhed og Bevægelse. Brug af disse elementer godt vil hjælpe os med at opnå god visuel æstetik.

Høring:

Vores ører er i stand til at opfatte et helt andet niveau af æstetisk design. Evnen til at høre, hvordan din bilmotor fungerer, hvordan det digitale produkt giver dig besked om nye beskeder osv. Dette er styrken ved lydæstetikken.

Lydæstetik har disse nøgleelementer: Loudness, Pitch, Beat, Repetition, Melodi, Pattern og Noise. At bruge dem godt vil skabe fornøjelig "musik" for vores brugere.

Røre ved:

Huden er det største organ i menneskekroppen. Det hjælper os også med at opleve æstetikken. Materiale æstetik er især vigtig for fysiske produkter.

Navigations design

Elementer i webdesign

Google.com: Klart formål, visuelt tilfredsstillende

CTA - Call To Action "Hook"

- Hero image - billeder, video, interaktive elementer Designprincipper, farver, typografi Navigation
Load tider Responsivitet Vi kigger nærmere på flere af dem senere.

Tema 4: noCode

- **14-11-2022**

(Latch - Location, Alphabet, Time, Category, Hierarchy)

NO-code projekt start

Tre termer der alle dækker over web- og appudvikling

1. "Pro-code" - HTML og CSS. Fra bunden af.
2. "Low-code"
3. "No-code" - uden at kode noget - Drag and drop, metoder. (VIX.com)

Informationsarkitektur: flow - hvor er hvad og hvorfår

Hjemmesider til portfolio: "wordpress" "shopify" "webflow" eller "wix"

(Domæne - dem der ikke er en del af dania kan ikke loge ind)