

GHENTLEMAN DOSSIER

DAAN MEERT
PROdev

INHOUDSOPGAVE

| | |
|-----------------------|----|
| 1. BRIEFING | 5 |
| 2. ANALYSE | 6 |
| 3. IDEEËNBORDEN | 7 |
| 4. MOODBOARD | 11 |
| 5. SITEMAP | 12 |
| 6. WIREFRAMES MOBILE | 13 |
| 7. WIREFRAMES DESKTOP | 17 |

1. BRIEFING

De app die ik wil ontwikkelen is een gids door Gent afhankelijk van uw profiel, interesses en budget. Je geeft aan wat je wil doen in Gent, het aanbod is heel uiteenlopend en kan gaan van uit eten gaan tot musea of andere bezienswaardigheden. Daarna geef je aan hoeveel geld je er aan wilt spenderen en de app toont je alle mogelijkheden binnen jouw budget. De app is gebruiksvriendelijk en kan gedownload worden door mensen van alle leeftijden.

Ik kwam op het idee omdat er elk jaar nieuwe studenten en elke dag nieuwe toeristen naar Gent komen en er een leuke tijd van willen maken, maar niet altijd weten wat te doen. Vandaar leek het mij een heel nuttige app. Ik heb ook de naam Ghentleman bedacht wat een combinatie is van Gent en gentleman. Omdat de app je gaat rondleiden door de stad als een heer.

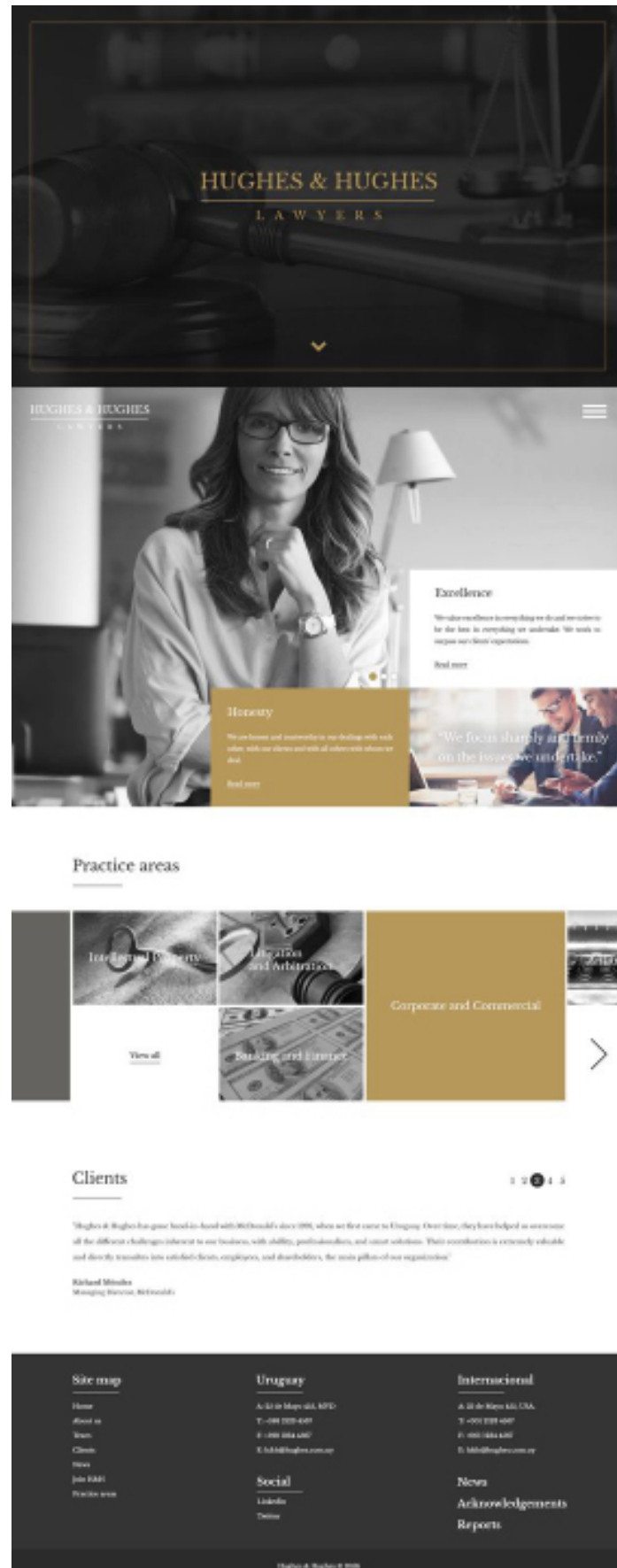
2. ANALYSE

Gebruikte databases:

- Weersverwachting 1u
- De Lijn
- Doorkomsten De Lijn
- Bezetting parkeergarages
- Verkeersmeldingen actueel
- Verkeersberichten
- Reisberichten
- Parkeerautomaten
- Taxi locaties
- Attractiepolen
- Gentse Feesten Events
- Straten (Geografisch bestand)
- Wandelroutes
- Toeristische wandelroutes
- VisitGent Events
- Wijken
- Buurtcentra
- Stations

3. IDEËNBORDEN

Qua uiterlijk dacht ik aan een sober design waardoor de foto's en de tekst beter uitkomen.





RACHUNEK W NOBLE BANK



10%*

FUNDUSZ INWESTYCYJNY

* przy wyłączeniu podatku od zysków kapitałowych

* od 100 000 zł



3%

KONTO Oszczędnościowe

* przy wyłączeniu podatku od zysków kapitałowych

* od 1 000 zł



4,25%

KLAZYCZNA LOKATA BANKOWA

* na 6 miesięcy



WYPEŁNIJ
FORMULARZ

Imię

Nazwisko

Adres

Telefon

E-mail

WYŚLIJ



The Quiet American

by John Ralston | Fashion | January 22, 2015 | 10:00 AM

Philip Lim had the fashion that's attended some of his higher-profile peers in New York. That hasn't stopped him from building a business that's taking over the world.

Thirty minutes before his show, Philip Lim sits alone in the empty studio. He has already said one, half-jokingly, that he has never been to one of his own shows. "I see the pictures and video afterward," he says. So this is the closest he'll get to seeing the room, feeling the vibe. Of all the stages in a season, from concept to creation to presentation, this day window is the only part Lim doesn't love. "I hate it," he says, "the waiting."

VIEW THE SLIDESHOW

Soon, nearly six hundred people will stream into Manhattan Station, a former post-office building a stone's throw from Penn Station in midtown Manhattan. Thirty-nine models will dash from the hair and makeup tables into the dressing tent and emerge ninety seconds later, fully dressed, to line up single file behind a white curtain at the edge of the show space. But if Lim is nervous, I can't tell. Maybe it's the California in him. A distinctly Pacific calm breathes about the Orange County native, though that could just be the thickhead of pink sock caps that covers the runway nearby. Just this bit of cheer and what should be chaos, Lim is confident, easy—your night even say yes. (His preferred gift for friends is a book on water polo, a Zen Buddhist school of aesthetics that chooses with his own instincts.)

Backstage, some two dozen dresses are floating the looks. The collection this season resembles the wardrobe of a new Swiss Family Robinson as imagined by Michel Gondry. The idea, Lim tells me, was to depict an order of flying rats dispatched on some



Backstage collection in his workshop.

Photo: © Thomas R. Hill

It was a year later, however, before Lim began presenting, and the season following that, in September 2006, when he moved to the runway. Quickly at first, and then less so, his show has become a tent pole of a crowded New York fashion week, one of the highlights and mainstays of an increasingly busy schedule. It draws key editors in chief, retailers, and a sizable amount of international interest at a time when, globally, New York City's fashion influence is still lagging behind that of its European peers. *Sassy Monkeys* of the *International New York Times*, *Nashville Museum of Modern Art*, and *Angela's Ashes* of *Yogi's Cakes* all sit in the front row.



Philip Lim Fall 2014 Backstage. Photo: © Thomas R. Hill

Fast forward, on the very day he walked away from development, the contemporary line he created from the ground up in Los Angeles, 35000 got a call from his friend Wye Zhou. Zhou, an investor with experience managing fashion brands, told Lim she wanted to help him start his own line. Despite his past background—an apprenticeship-turned job at the L.A. atelier of Kenyan Kade, followed by the start-up of Development—he was unsure he wanted to take the leap. But Zhou was persuasive. She co-managed her Manhattan home to raise \$750,000 in capital to seed the start-up, which they called 3.1 Philip Lim, a nod to their shared age, 31, at the time.

That first collection, for Fall 2005, presented only a matter of weeks later, was

immediately picked up by the likes of Barney's and Nordstrom, and generated an impressive \$6.8 million in revenue, a number that has swelled in pace with the critical acclaim. In 2007, Lim earned the Council of Fashion Designers of America's Saks Fifth Avenue award for newcomer, and then, as the company expanded, so too to explore the realms of menswear and accessories.

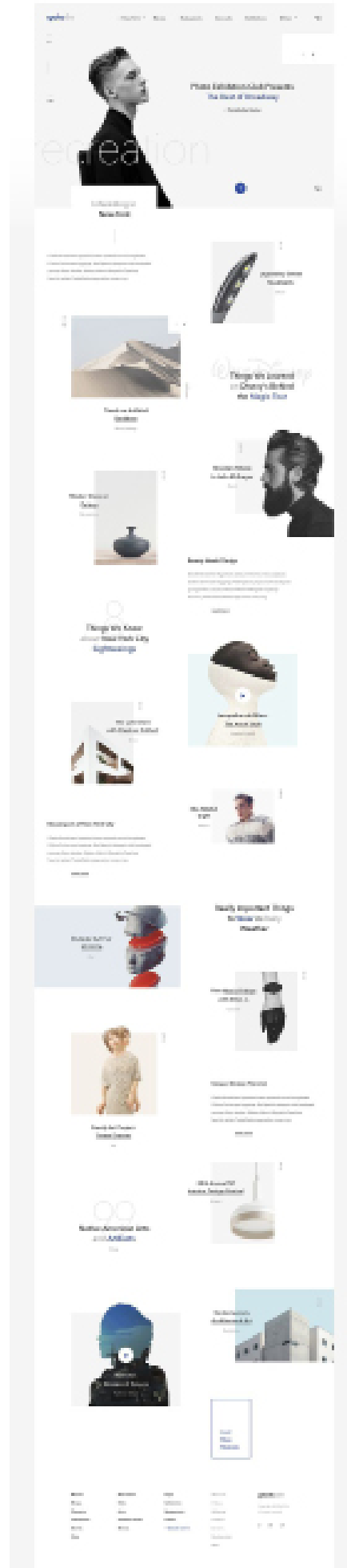
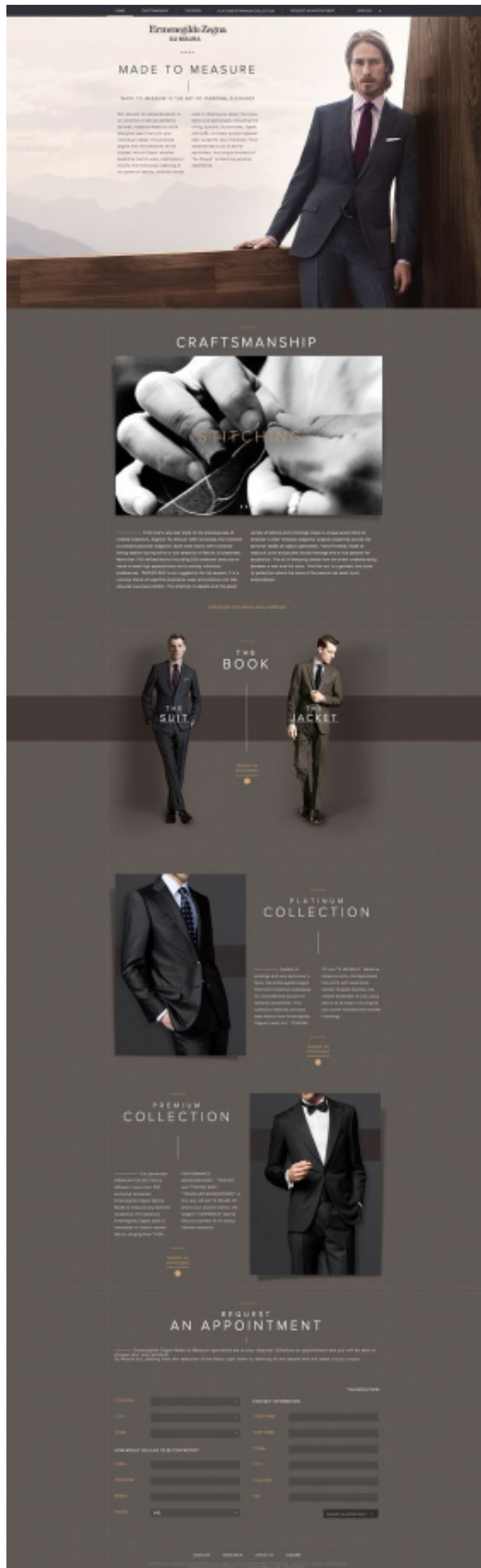


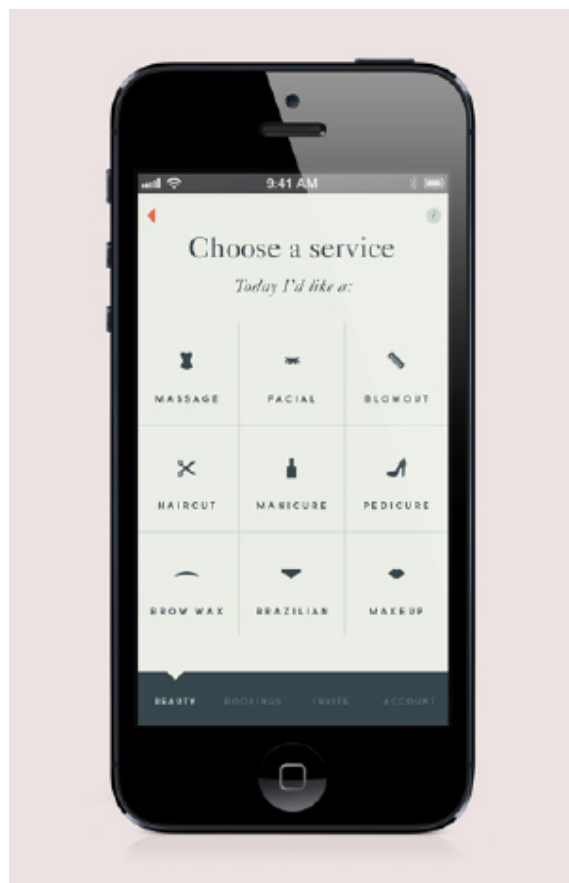
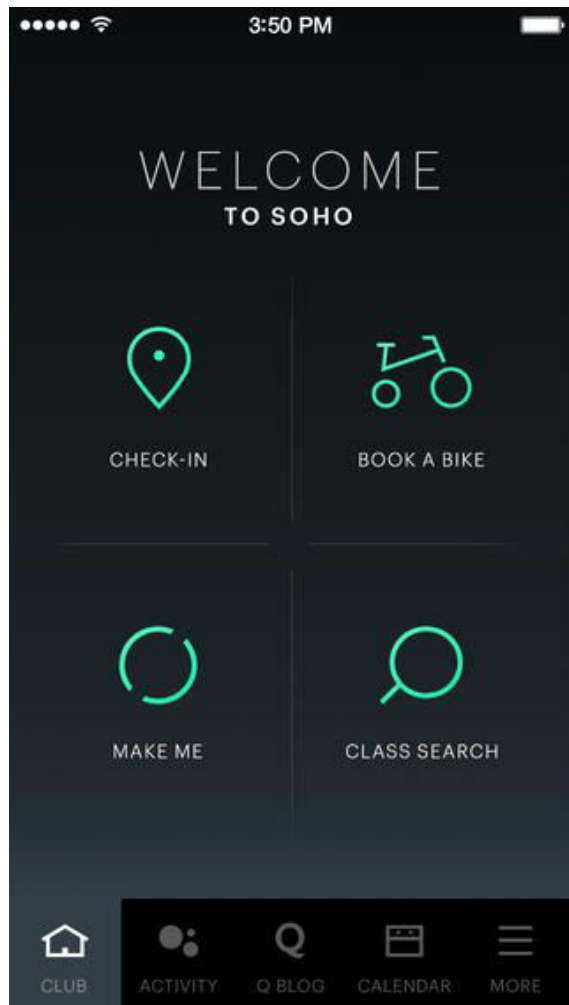
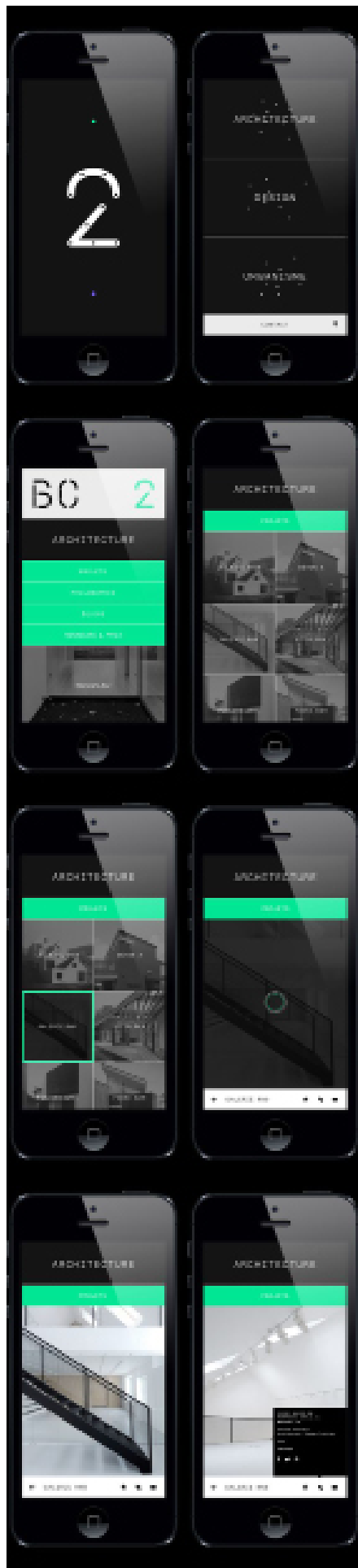
TWEET THIS QUOTE

"There is a big part of this collection that needs to keep this company going. Or else there will be nothing."

Philip Lim

Another Saks Fifth Avenue award, the menswear, followed in 2012. In June, Lim advanced the 19th C.FDA trophy for accessories designer of the year, a recognition, in part, for his world-comprising double-ripped Prada coat. At press time, Lim has seven stores across the U.S. and Asia, with a London store slated to open this winter, and a second New York City store planned for next





4. MOODBOARD

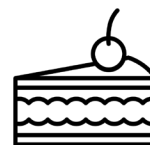
Kleuren :



Foto's :



Symbolen :

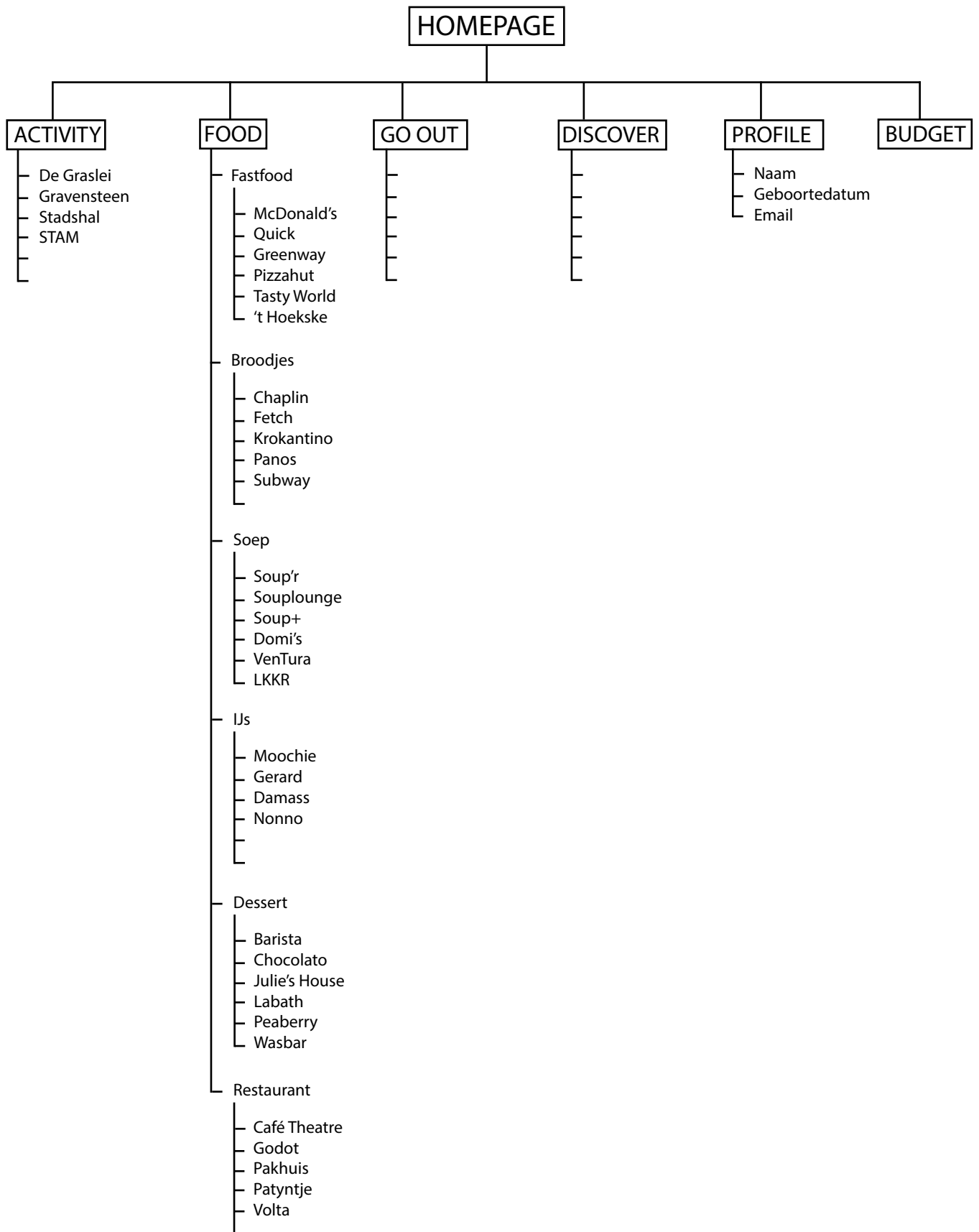


Fonts :

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Raleway Light

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Oswald Regular

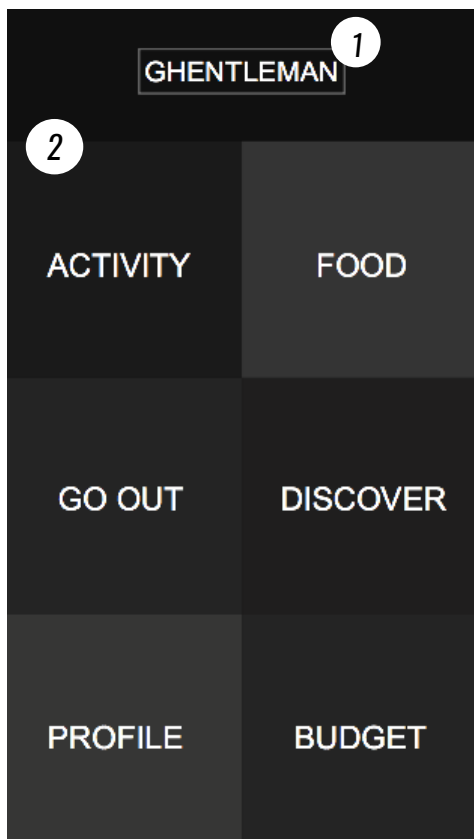
5. SITEMAP



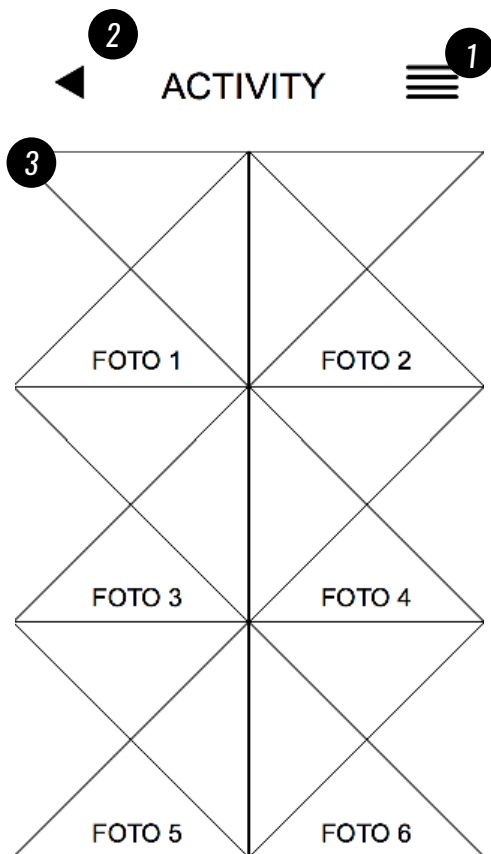
6. WIREFRAMES MOBILE



- 1 Homepage
- 2 Button naar categorie pagina
- 3 Logo



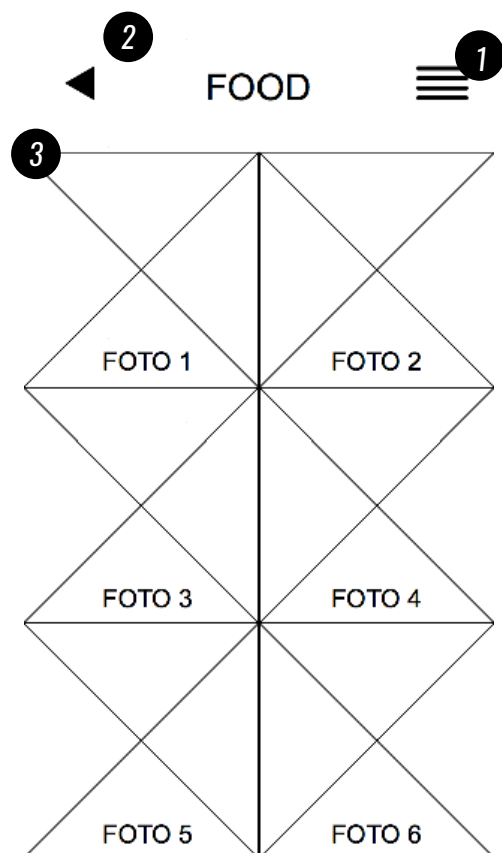
- 1 Terug naar de homepage
- 2 Navigatie naar de verschillende pagina's



1 Navigatieknop

2 Terug naar de navigatie pagina

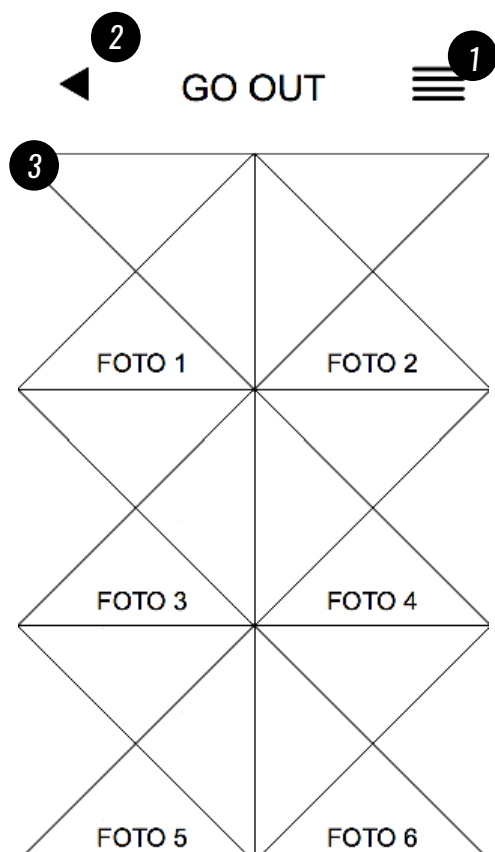
3 Verschillende foto's van activiteiten



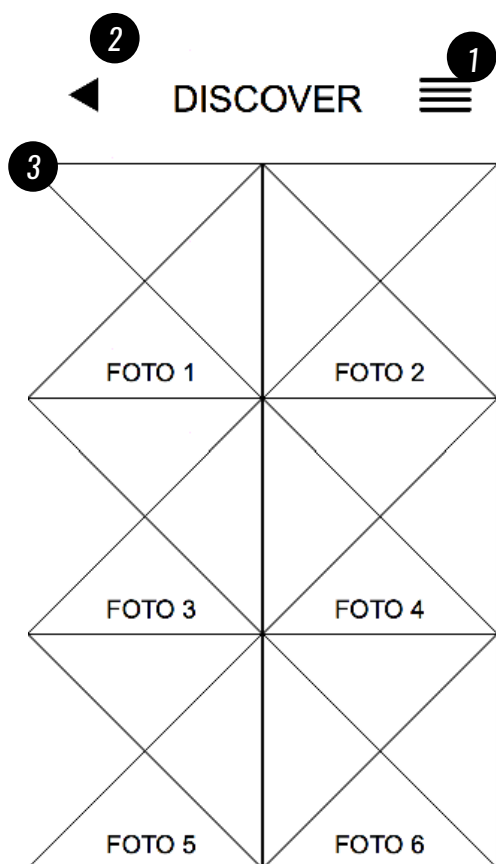
1 Navigatieknop

2 Terug naar de navigatie pagina

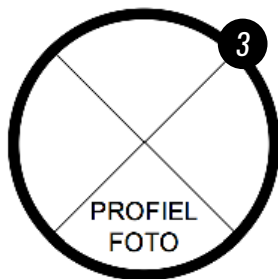
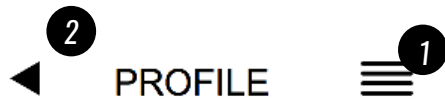
3 Verschillende foto's van categorieën om te eten



- 1 Navigatieknop
- 2 Terug naar de navigatie pagina
- 3 Verschillende foto's van uitgaansgelegenheden



- 1 Navigatieknop
- 2 Terug naar de navigatie pagina
- 3 Verschillende foto's om te ontdekken



4

Name :
 Birth : mm/dd/yyyy
 Email :

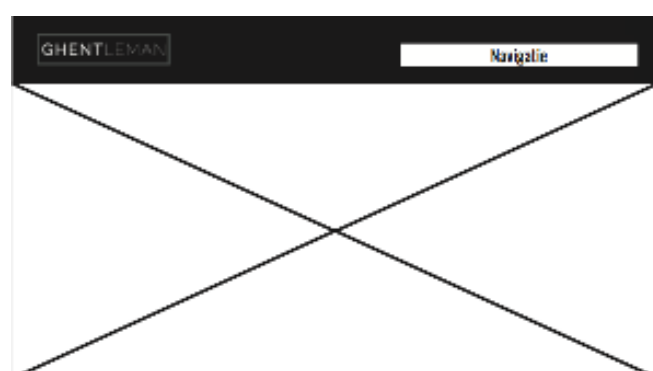
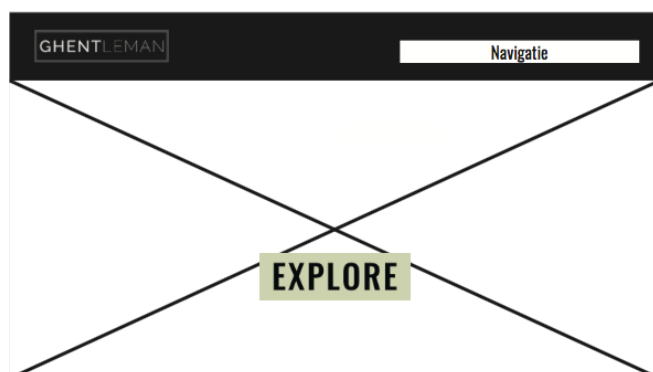


- 1 Navigatieknop
- 2 Terug naar de navigatie pagina
- 3 Profielfoto van de gebruiker
- 4 Gegevens van de gebruiker
- 5 Footer met link naar de sociale media



- 1 Navigatieknop
- 2 Terug naar de navigatie pagina
- 3 Schuifbalk om budget aan te duiden

7. WIREFRAMES DESKTOP



Het gravensteen

In de late 19e eeuw werd het Gravensteen gehervat. Het rijk en de stad kochten het complex in diverse etappes uit particulier bezit terug, en bij ontmantelingswerken werd zowat alles wat niet van Doornikse steen was verwijderd. Zo kwamen de imposante resten van het middeleeuwse kasteel tevoorschijn, en na jaren van administratieve problemen en discussies startte in 1894 een eerste grote restauratie onder leiding van architect Joseph de Waele. In de voetsporen van de grote Franse restaurateur Eugène Viollet-le-Duc (1814-1879) opteerde hij voor een eerder romantisch getinte interpretatie van het kasteel ten tijde van graaf Filips van de Elzas. Heel wat details van het huidige Gravensteen, zoals de platte daken en de vensters van het oostelijke bijgebouw, gaan echter zeker niet terug op een reële middeleeuwse situatie.

Door de restauratie kreeg het Gravensteen echter een nieuwe betekenis: het verwierf wereldfaam als het meest bezochte toeristische monument van Gent, zoals bij de Wereldtentoonstelling van 1913. Hoewel het Gravensteen gedurende de hele 20e eeuw een van de meest bezochte monumenten in Gent bleef, had men helaas weinig aandacht voor de instandhouding ervan. Dit leidde tot stabiliteitsproblemen en nieuw verval. Ook wetenschappelijk gezien was het Gravensteen een van de minst bekende grote monumenten van Noord-Europa.