

# GLINTSHOT

1. SEMESTERPRØVE MULTIMEDIEDESIGNER

UCL, ERHVERVSAKADEMI & PROFESSIONHØJSKOLE

NAVN: MARIAM BISULTANOVA

HOLDNAVN: OEAMM20FDA

AFLEVERINGSDATO: 25.06.2021

ANTALL ANSLAG: 11 933

URL TIL PROSESSPORTFOLIO: <https://blog.maribisult.dk/>

URL TIL PRESENTASJONSPORTFOLIO: <http://maribisult.dk/>

LINK TIL GITHUB: <https://bit.ly/3gMkfjt>

VEJLDERE: ANNI GRØNDAL, ANDREA CIRONE NØRREGARD,  
JESPER FROMM, KENNETH CLAUSEN, LASSE LØBER

# ABSTRACT

This exam project is about making a website of presentation portfolio that represents my personal brand Glintshot that will impress my target group. The website is built by using 5HTML to code and CSS to give style.

In this project the main method is the Design Thinking process that helps to do the right research and make the workflow structured and overall. The presentation portfolio includes self-made digital projects that show my abilities and skills. The purpose is to draw attention to the chosen target group.

During the process, I define that my personal brand largely offers video production in different formats. Based on that, I determine my target audience which is a marketing industry where they are looking for skilled video producers. Wherefore I decided that my design will appeal to the “photography and videography” theme. I designed my own persona that depicts my entire target group. Based on research for inspiration of web design and by making various sketches and wireframes of my website and especially feedback, I came up with a decision on which design principle I will go with using the design principle which is called C.R.A.P model that helps to build a visually structured design. Using the result, I will continue to improve my web-page design and user-experience through feedback (usability test).

# INNHALDSFORTEGNELSE

Forside	1	<b>Ideation</b>	17
Abstract	2	- Skisser	18
Innholdsfortegnelse	3	- Hi-fi wireframe	19
Innledning	4	- Styletile	20
Problemformulering	5	- Mock-up	21
Metode	6	- Hvorfor 5HTML og ikke XHTML	22
Avgrensning	7	- Delkonklusjon	23
<b>Discovery</b>	8	<b>Experimentation</b>	24
- Inspirasjon	9	- Kodning	25
- Segmentering	10	<b>Evolution</b>	26
- Delkonklusjon	11	- resultat	27
<b>Interpretation</b>	12	<b>Konklusjon</b>	28
- Personlig brand	13	<b>Litteraturliste</b>	29
- Persona	14	<b>Refleksjon</b>	31
- Mood-board	15		
- Delkonklusjon	16		

# INNLEDNING

I denne rapporten vil jeg fremlegge min prosess av Eksamensprosjektet som Multimediedesigner 1 semester som i utgangspunkt er presentasjons portfolio. Prosjektet handler om å bygge et nettsted kodet ved hjelp av 5HTML5og CSS som skal presentere meg selv som multimediedesigners student og mine ferdigheter til et målrettet arbeidsmarked. Jeg vil opplyse hvilket metoder jeg bruker og hvordan jeg implementerer dem.

# PROBLEMFORMULERING

## HOVEDSPØRSMÅL

- Hvordan markedsfører jeg mitt personlig brand Glintshot gjennom en nettside?

## UNDERSPØRSMÅL

- Hvordan bygger jeg opp et nettside som vil fange målgruppens oppmerksomhet ved første klikk?
- Hvordan beviser jeg at jeg vil gi en god innflytelse til min potensielle målgruppe.



## DESIGN THINKING

Er blitt anvendt som en overordnet struktur model for prosjektprosessen. (Friis Dam, 2021)

## PERSONA

For å gi meg selv innblikk over min målgruppe, og for å forstå hvordan min persona vil interagere med min presentasjonsportefolje i en konkret situation. (Friss Dam, 2021).

## C.R.A.P

Vil hjelpe meg med å forholde meg til designets prinsipper og skape en god struktur. (Whybrow, 2015)

## MOODBOARD

Visualiserer eksemplarisk hjemmesidens design. Her velger jeg bland annet stil, farger, elementer og får et overblikk over min ønskede estetikk. (Clancy, 2021)

## STYLE TILE

For å sikre at mine grafiske designvalg er konkrete og gjennomgående på min presentasjonsportefolje.

## WIREFRAMES

For å skape overblikk over, hvilke funksjoner, knapper og sider jeg ønsker min hjemmeside skal inneholde. (Hannah, 2021) (Creativ Blog Staff, 2014)

## MOCK-UP

For å få overblikk over min endelige resultat. På denne måten oppdager jeg tidlig endringer som kreves før jeg går igang med kodning, samtidig spare tid.(Cao, 2016)

## TONE-OF VOICE

For å tilrettelegge språkbruket slik at det appelleres best mulig til min målgruppe. (The Acrolinx Team, 2015)

## BRUKERTEST

For å oppnå best mulige resultat før publisering av min hjemmeside har jeg laget brukertest for å oppdage feil og/eller forbedringer sett fra utenforstående synspunkt. (Loeschcke, 2015)

# METODE

# AVGRENSNING

Jeg hadde en stor ønske om å lage brukertest på min målgruppe. Jeg forsøkte å kontakte fire danske marketings bransjer via email hvor jeg kort forklarte prosjektens formål, men har dessverre ikke mottatt svar fra de Anslagsbegrensningen har også påvirket på ønskede resultat, men samtidig har vært lærerikt.



**Obsidian Obsidian**

16/06/2021

Re: Studieprosjekt

To: Mariyam Bisultanova

Hej Mariam,

Det har vi desværre ikke mulighed for at deltage i, men du ønskes held og lykke med projektet.

Med venlig hilsen

**Diana Køhler**  
Obsidian Digital A/S

# DISCOVERY

I denne fase lar jeg inspirere meg selv i forskjellige elementer, som kan føre én videre i den kreative prosess og skape nye idéer  
(Friis Dam, 2021)



# INSPIRASJON

## PERSONLIG BRAND

Blant mine grafiske produkter som jeg vil presentere i min presentasjons portfolio, blir min hovedkompetansen, video produksjon som skal tilby video i ulike stil, format og tema. Det vil si, produktvideo, presentasjonsvideo, eventfilm, reklamevideo og profilvideo. Samtidig Mock-ups til hjemmeside som jeg har laget i Adobe Xd i løpet av semesteret. Jeg ble inspirert av tre Youtube bloggere Peter McKinnon, Daniel Schiffer og Peter Lindgren. Disse bloggere viser og lærer ulike filme metoder, riktige vinkler og perspektiv og en av de viktigste delene bruk av lys. (McKinnon, 2010) (Schiffer, 2009) (Lindgren, 2017)

## STIL

Ved hjelp inspirasjon på Pinterest (ShowIt Website Designer, 2019) har jeg funnet stil som passer mitt tema med et godt bygget hierarki. Dessuten, fant jeg ut at kamera (fotografi og filmproduksjon) som er mitt hoved kompetanse, har en bestemt stil som er mørke farger. Det vil bety at hvis jeg eksperimenterer med andre farger, risikerer jeg med å feil førsteinntrykk. (ShowIt Website Designer, 2019) (Pinterest, 2010)

# SEGMENTERING

Jeg bestemte for å ikke målrette min portfolio til en spesifikk virksomhet for å ikke bli begrenset med den designen og stil jeg selv vil ha, for å så kunne avspejle min personlig brand nettopp som personlig. Som en potensiell multimediedesigner der tilbyr grafiske produkter, er det åpenbart for meg at jeg kjører med marketing bransje som blir min målgruppe.

Ved å søke “marketingbyrå” får jeg frem firmaer, bl.a. Frankly. dk (Frankly, ukjent år), Troikafilm.dk (Troika, 2017), Marketing-copenhagen.dk (Marketing, 2014). Alle disse bransjer har behov for videoproduksjon siden sammenlignet med tekst og bilder, så er videoannonser uten tvil den mest effektive måte for å fange kundenes oppmerksomhet.

Alle de markedene har en felles mål, nemlig legge vekt på at deres verdier er høy kvalitet og at de setter seg grundig inn i kundens konsept og behov. Det er nemlig det jeg vil via min personlig brand utdype meg i.

# DELKONKLUSJON

Jeg kom frem til at mine kompetanser vil være tiltrekkende for marketing bransjer, følgende har jeg avklart min målgruppe. Ved å ha observert marketing bransjer jeg har funnet i Danmark igjennom Google (Google, 2020) og lest hva de tilbyr til sine kunder, har jeg konkludert hva min presentasjonsportfolio skal innholde.

# INTERPRETATION

I denne fasen fortolker jeg det data, jeg har innsamlet i discovery-fasen, så jeg får en bedre forståelse for, hva ens observationer betyr. (Friis Dam, 2021)

# PERSONLIG BRAND

“Glint” som betyr glans og “shot” som betyr skudd, gir en flott definisjon til min brand dersom den i stor del handler om å fange de beste øyeblikkene med kamera. Denne logo forteller ikke bare hva mitt innhold handler om, men den annonserer seg selv også ved love å lage produktet med glans. Jeg har valgt at hovedfarge til min stil blir svart dersom den symboliserer makt, eleganse og klarhet, disse adjektivene vil definere min personlig brand Glintshot. (Bourn, 2010)



# PERSONA

I dette avsnitt vil jeg konkretisere meg med en personifisert person som avbilder min målgruppe. Karl Jensen inviterer sin tid og penger for at utbrede og forbedre marketing bransjen. Han forstår at video-produksjon er den sterkeste metoden for marketing. Derfor er han på jakt etter en som kan tilby sine evner. Men på grunn av hans travelhet strever han med tid til å finne frem talentfulle kandidater fordi de fleste ansøgningssetter mer vekt på biografi frem for sine kompetanser.



Navn: Karl Jensen  
Alder: 56  
Jobb: Art director  
Karakter: Ambisøs og tolmelig  
Status: Gift, 2 barn over 18 år

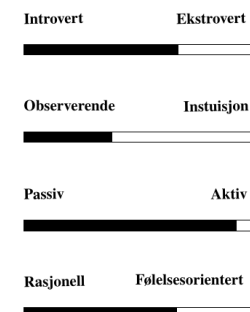
## BIO

Karl Jensens erfaring og kompetanser breder seg over et meget bredt felt, men spesielt strategisk gjør Karlen kjempe innflytelse for hans kunder. Han utarbeider en komplet, solid og detaljert markedsføringsplan. Han er på jakt etter dyktige, kreative og utdannede personer som kan gi en god innflytelse i stor grad for bransjen. Hans ansvar er å sørge for å fange kundenes oppmerksomhet via hans ansatt. Karl Jensen står for den overordnede linje og stil i annonsekampanjer, grafiske produksjoner og ikke minst filmproduksjon.

## MÅL

- Utrede marketing bransje
- Etablere en team av kreative medarbeidere
- Fullføre projekter som følgende vil føre til suksess

## PERSONLIGHETSTREKK



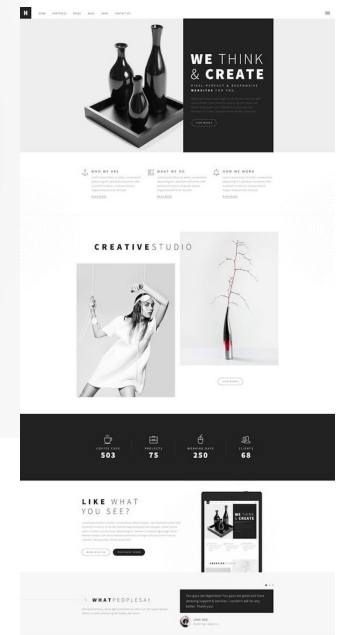
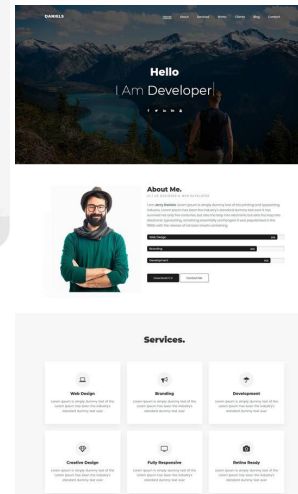
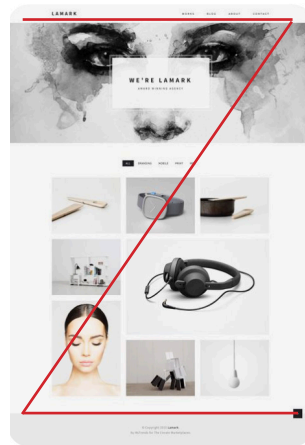
## FRUSTRASJON

- Skuffede kunder
- Mislykkede projekter
- Ansatt med manglede kreativitet og kompetanse

# MOOD-BOARD

Min inspirasjon undersøkelse har ført meg til denne stilen. Jeg vurderer at Hierarkiet i disse eksemplene er Z-mønstr. Hvor et leserøye skanner først toppen av siden, hvor viktig informasjon nemlig min logo og menubar blir funnet, fører deretter ned til motsatt hjørne i en diagonal hvor og mine prosjekter skal ligge, og gjør det samme over den nedre delen av siden hvor footern ligger. (Kings-ton, 2020)

Som resultat av mine undersøkels-er og mine egne erfaringer, har jeg kommet frem at det er veldig viktig å gi god avstand mellom elemen-tene. Derfor vil jeg i min design gi nok plass rundt et element, for at disse skal være lettere synlige for brukerne og behagelig opplevelse. (Kingston, 2020) (ShowIt Website Designer, 2019) (Bilmaw, 2020) (Bill, 2021) (Ksioks, ukjent år)



# DELKONKLUSJON

Her har jeg fastlagt hva min personlig brand er og hvilke design prinsipper jeg skal bruke når jeg skal presentere den. Mitt mål med min portfolio er å lage den maksimalt simpel og strukturert.

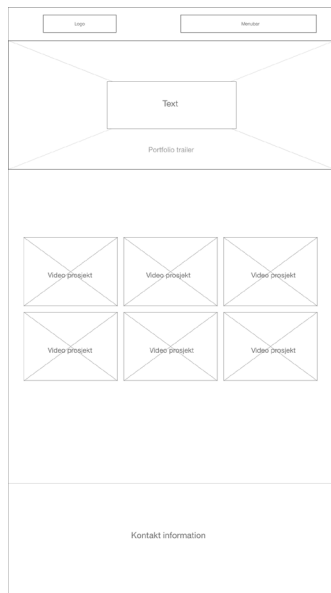


# IDEAITON

Her visualiserer jeg ideene mine.

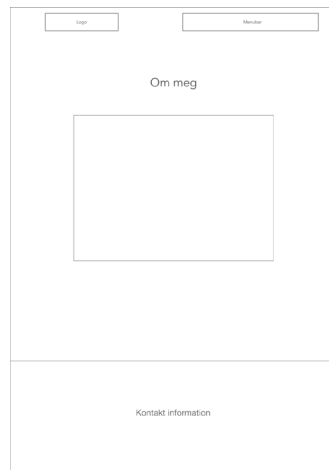
# SKISSER

## LOW-FI WIREFRAME (FORSIDE)



Ut ifra mood-board laget jeg skisser hvor strukturen følger en Z-mønster. Øverst til venstre, har jeg plassert logo, menubar på høyre side, deretter kommer det en video (for å fange oppmerksomhet) og til sist i denne siden- kontakt info.

## LOW-FI WIREFRAME (OM MEG)

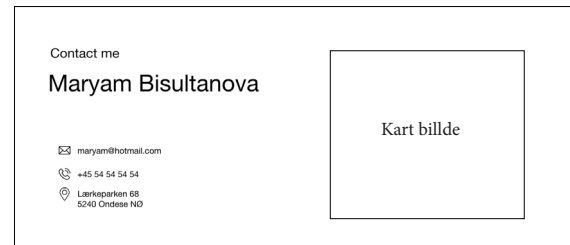


## (OM MEG VARIANT 2)



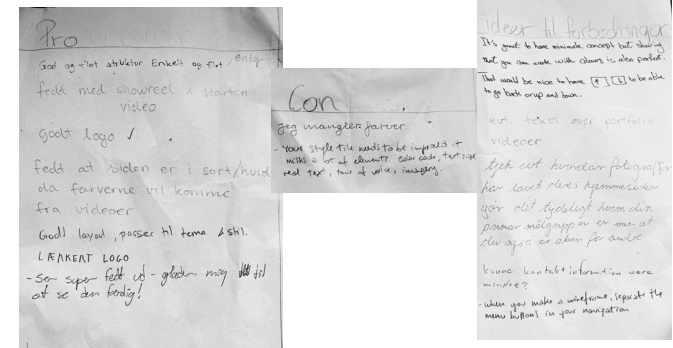
Jeg er litt i tvil om jeg vil ha separat side med "Om meg" info eller la den ligge på forsiden for å øke hjemmesidets simpelhet. I neste trinn, lager jeg en one-page Hi-fi wireframe, så jeg får et overblikk.

## LOW-FI WIREFRAME (KONTAKT MEG VARIANT 2)



"Kontakt" tenker jeg skal være simpel, med et kart bilde til min adresse. Den skal også inneholde ikoner til telefon, email og lokasjon.

Skissene mine brakte jeg med til "Silent-feedback" hvor våres medstudenter og underviser skulle gi tilbakemelding utifra skissene våres. Her har jeg fått ideer til forbedring. Gjentatte ganger fikk jeg kommentar om å ha flere farger i tillegg til svart og hvitt. Men ideen bak det var at fargene skulle komme fra videoen hvor i resultat det blir mer enn nok farger.



# HI-FI WIREFRAME

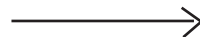
Som nevnt, har jeg laget en one-page side. Her har jeg logo og menubar.



En presentasjonsvideo som forteller om mine kompetanser.



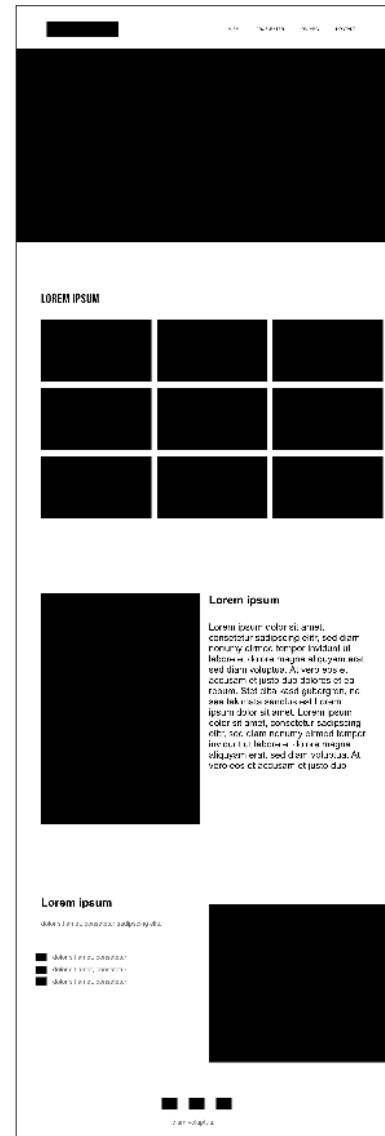
Her har jeg tilføjet tekst ovenfor prosjektene mine, som ble nevnt i "silent-feedback".



"Om meg" tekst og bilde tatt med en profesjonell kamera, for å bli sett på som profesjonell person.



Jeg tok ikke rådet om at kontakt informasjonen skal være mindre, fordi jeg vil tilføje kart med min lokasjon som skal være tydelig.



# STYLETILE

## BILDER

LOGO



FARVER



Uspesifikke farger fra videoer og bilder

FONT

**OVERSKIFTER**

Bebeas Neue  
Størrelse: 60 px

**MENUBAR**

Quicksand sans-serif  
Størrelse: 12 px

Under tekst

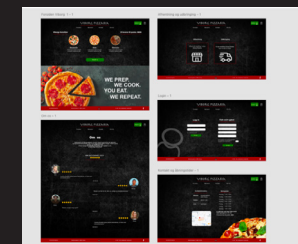
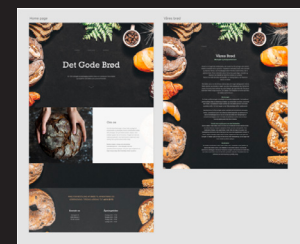
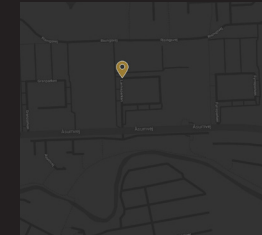
Roboto sans-serif  
Størrelse: 17 px

IKONER

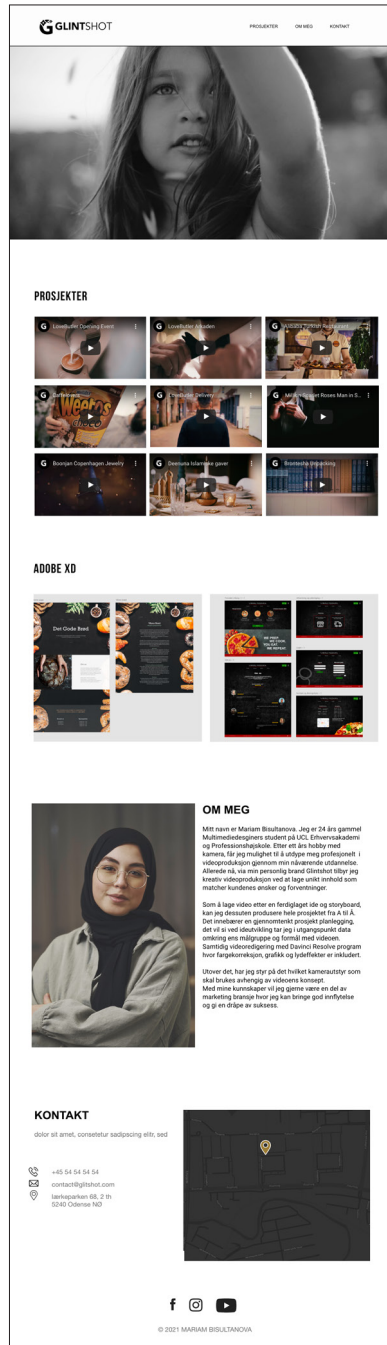


TONE  
OF  
VOICE

Effektiv  
Målrettet  
Selvsikker



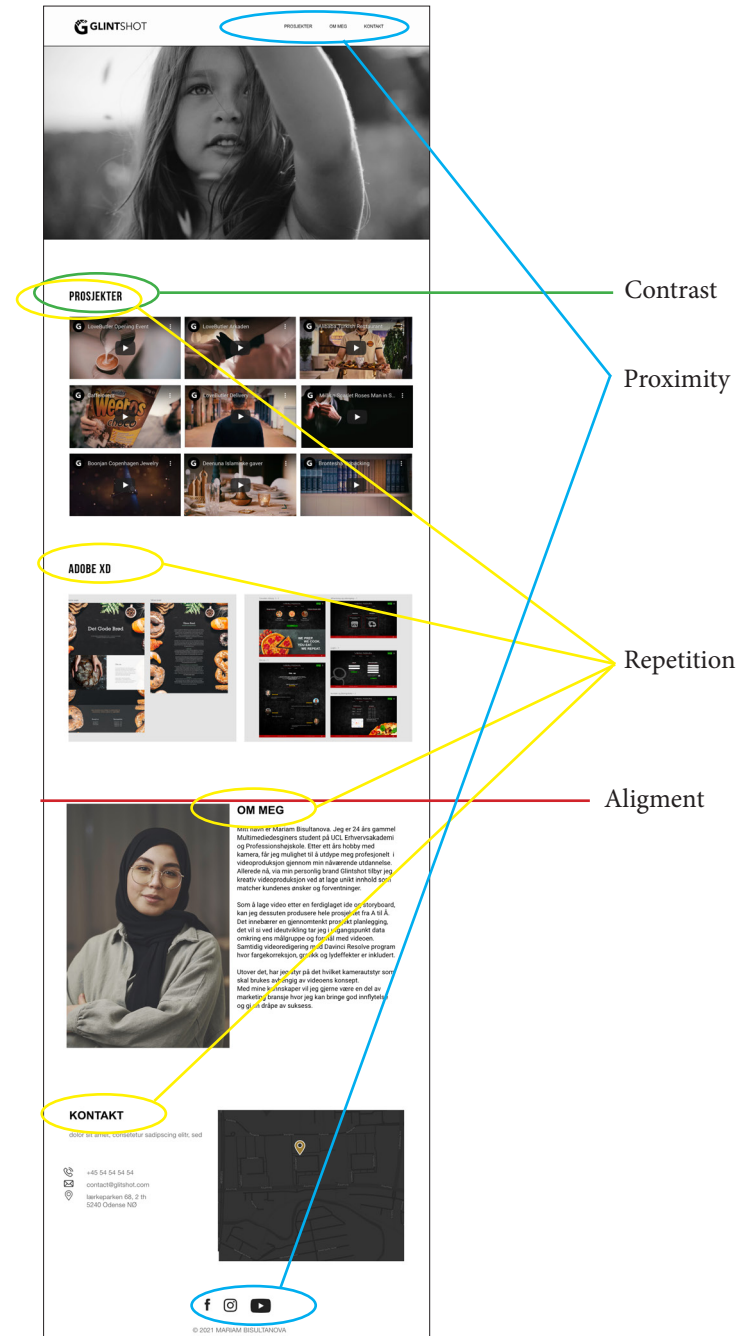
# MOCK-UP



Min endelig design som er resultatet av undersøkelser og forståelse av designprinsipp. Jeg bestemte jeg å bruke C.R.A.P modellen for å få ordentlig struktur som er vist på bildet til høyre.

Når det gjelder farger, har jeg valgt å bruke minst mulig. Svart og hvitt til kontrast, og gyldenbrun thumbnail fra videoerne for å få en strukturert fargetone. Samtidig, når videoene blir avspilt kommer det enda flere farger.

En kort gjennomgang av mine prosjekter for å først vekke oppmerksomhet og vise mine ferdigheter. Deretter mine prosjekter separat for at la dem utdype seg i i mine kunnskaper. Etter at brukerne har fått en forståelse om mine ferdigheter, er neste fase kort informasjon om meg. Til sist, kontakt info for å endelig kontakte.



# HVORFOR 5HTML OG IKKE XHTML?

Som en nybegynner innen nettdesign, er det ikke lurt å bruke XHTML dersom XHTML er strengere på små detaljer enn 5HTML. Som for eksempel, XHTML krever at elementer skal være ordentlig satt opp, attributt navn skal alltid skal være små. Som en nybegynner vil det være fornuftig å lære HTML5 først på grunn av forbedret kompatibilitet og utbredt bruk.

# DELKONKLUSJON

I denne fasen har jeg fastlagt stil som jeg skal bruke. Det vil si farger, ikoner, typografi og struktur. Denne avgjørelse hjalp meg å bygge wireframes og mock-up for at se hvordan min endelig resultat skal se ut.

# EXPERIMENTATION

Via prototyper koder jeg min hjemmeside, så jeg får mulighed for at dele dem med andre og få respons. Med denne respons videreutvikler jeg mitt produkt.



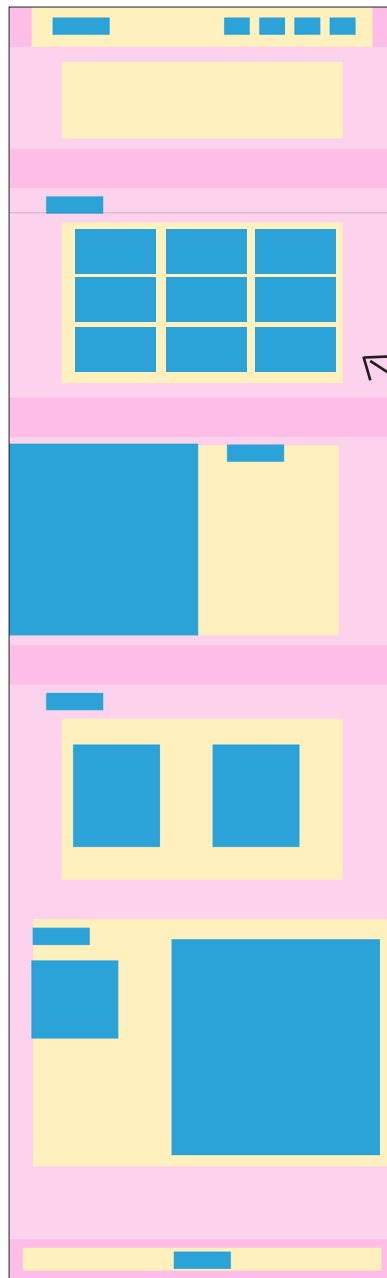
# KODNING

Ut ifra min mockup som jeg var tilfreds med, gikk jeg i gang med kodning.

Min koding formula er slik at rosa står for “section”, gul står for “container” og blå for “container med elementer”. Denne formulaen bruker jeg hele veien. Dersom jeg har kodet kun på skolen, har jeg har jeg brukt utrolig lang tid på å løse simple problemer. Det største utfordringen var å plassere elementene riktig sted. Her ble jeg kjent med tags som; float, padding, margin, Jeg har regelmessig brukt “float-left” (untatt menubar-en) for at plassere elementene på venstre side og “Padding” for at få avstand mellom elementene.

(W3schools, 2021)

```
.container{
  width: 1200px;
  margin: 0 auto;
  padding-top: 20px;
  padding-bottom: 20px;
  padding-left: 60px;
  padding-right: 60px;
}
```



```
.menu_buttons{
  padding: 20px;
  text-decoration: none;
  color: black;
  font-size: 12px;
  font-family: 'Quicksand', sans-serif;
  letter-spacing: 4px;
}
```

Som nevnt, var det viktig for meg å ha avstand mellom elementene, her har jeg ved hjelp av “letter-spacing” gitt god avstand mellom menu knappene.

```
.my_video{
  margin: 10px;
  float: left;
  height: 210px;
  width: calc(33% - 20px)
}
```

Her strevde jeg med å plassere min prosjekter proporsjonalt. Løsningen å dele containeren på 3, det tilsvarte 33%. Den prosenten ga jeg til hver video-boks og for å få avstand “margin:10px;”

# EVOLUTION

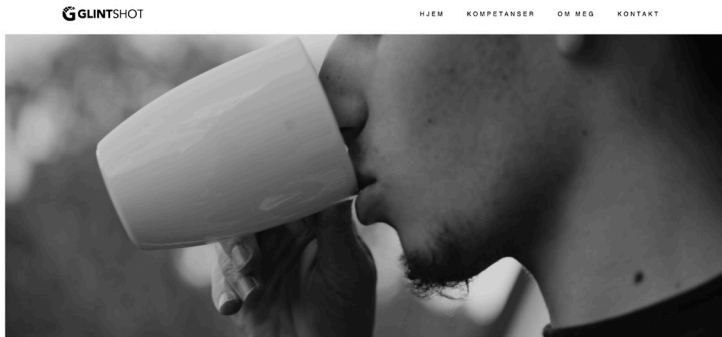
Jeg gjennomførte ikke en helt standar brukertest metode. Jeg benyttet meg med “silent-feedback” hvor jeg lagde itterasjon basert på tilbakemelding. Min neste trinn er å lage en både en “Tenke- høyt-test” hvor testpersone samtidig skal svare på mine spørsmål om brukeropplevelsen. Og NUG (Nobanet Usability Guidelines) test hvor testpersonen skal gjennomgå NUG skjema og markere opplevelsene. (User First, 2021) (Østergaard, 2017)



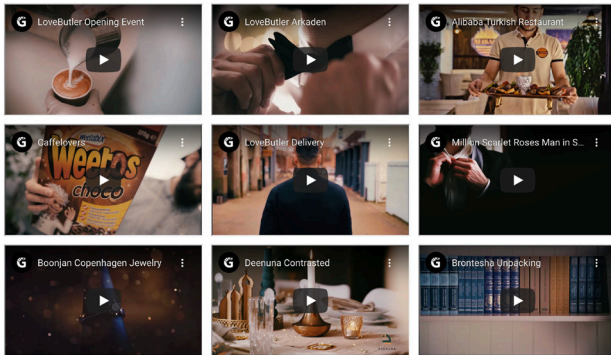
Appendix A: NOBANET USABILITY GUIDELINES - NUG <sup>1</sup>			
QUESTIONS WITH CHECKPOINTS	YES	PARTLY	NO
<b>UX &amp; USABILITY</b>			
Logo: is this used consistently?	The logo appears in the same place on each page.	The logo appears haphazardly on different pages.	It is not clear what the logo is, it is never or almost never used.
Colors: are they used consistently?	The color palette used is consistent across the site and relates to the company's logo and branding.	The color palette is mostly consistent but there are distracting variations for no obvious reason.	The use of colors is inconsistent.
CRAP: contrast, repetition, alignment and proximity	The site makes good use of the four fundamental principles of design (CRAP).	The site makes some use of these principles (CRAP), but could be improved.	The site appears to have been designed with little or no knowledge of these principles (CRAP).
Navigation	Navigation is easy and consistent. It is difficult to get lost.	Navigation is mostly clear but there are noticeable inconsistencies.	Navigating the site is difficult.
Novices & navigation	The navigation is intuitive to novice users.	The navigation may cause novice users some confusion.	Novice users are likely to find the site almost impossible to navigate.
Search function	A user can find specific content	Users can search but cannot	Users either cannot search the site or cannot

<sup>1</sup> Updated for EAL-project 21.09.2017 by Erik Østergaard ( 1 av 6 sider)

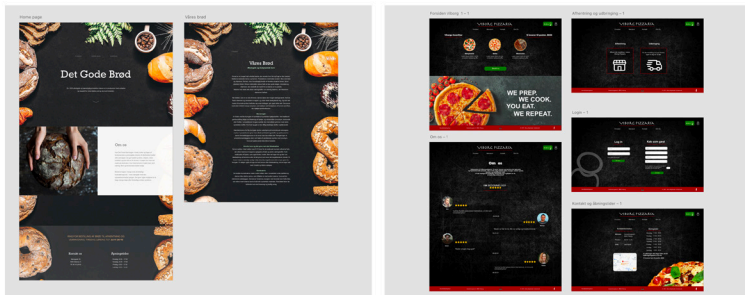
# NUVÆRENDE RESULTAT



## PROSJEKTER



## ADOBE XD



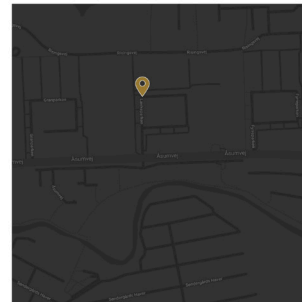
## OM MIG

Mitt navn er Mariam Bisultanova. Jeg er 24 års gammel Multimediadesigners student på UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole. Etter ett års hobby med kamera, får jeg mulighet til å utdype meg profesjonelt i videoproduksjon gjennom min nåværende utdannelse. Allerede nå, via min personlig brand Glintshot tilbyr jeg kreativ videoproduksjon ved at lage unikt innhold som matcher kundenes ønsker og forventninger. Som å lage video etter en ferdiglaget ide og storyboard, kan jeg dessuten produsere hele prosjektet fra A til Å. Det innebærer en gjennomtenkt prosjekt planlegging, det vil si ved ideutvikling tar jeg i utgangspunkt data omkring ens målgruppe og formål med videoen. Samtidig videoediting med Davinci Resolve program hvor fargekorreksjon, grafikk og lydeffekter er inkludert. Utover det, har jeg styr på det hvilket kamerasutstyr som skal brukes avhengig av videoens konsept. Med mine kunnskaper vil jeg gjerne være en del av marketing bransje hvor jeg kan bringe god innflytelse og gi en dråpe av suksess.

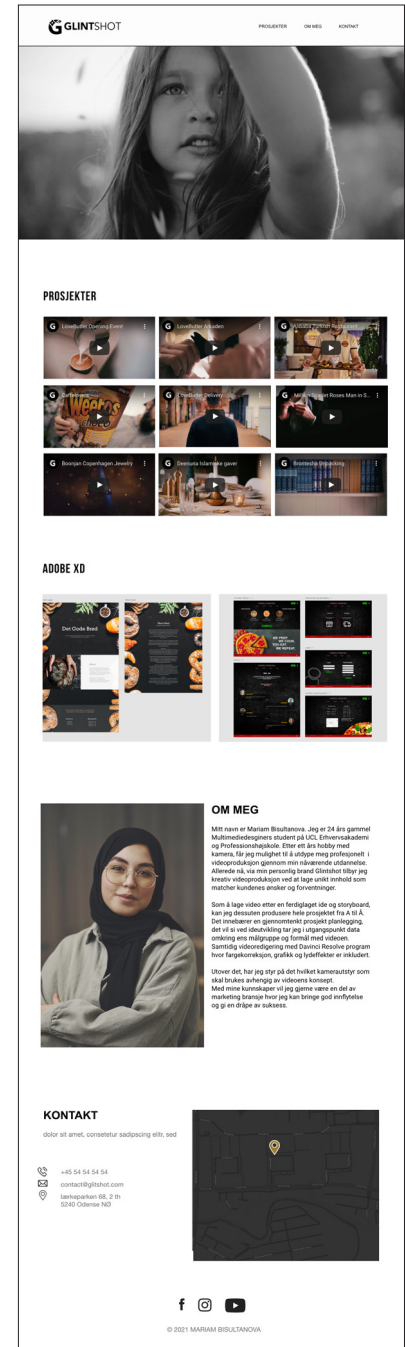
## KONTAKT

Har dere bruk for en kreativ video produsent i deres team?

+45 54 54 54 54  
contact@gintshot.com  
Børkeparken 68, 2 th  
5240 Odense NØ



f i y  
© 2021 MARIAM BISULTANOVA



# KONKLUSJON

Ved bruk av de forskjellige metoder som, Design thinking process, CRAP, Wireframes, Moodboard, Style tile, Mock-Up har jeg klart å komme så langt som nå. Fra bunnen av har jeg, basert på mine ideer og metoder bygget en hjemmeside som etter min mening ser godt ut allerede nå. Takket være dem der har delt sine kunnskaper om 5HTML og CSS har jeg klart å gjennomføre kodning til nåværende resultat.

# LITTERATURLISTE

- Hannah (2021) What Exactly Is Wireframing? A Comprehensive Guide. Tilgjengelig i: <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/what-is-a-wire-frame-guide/> (Åpnet: 14 juni 2021).
- Creative Blog Staff (2014) The web designer's guide to style tiles. Tilgjengelig i: <https://www.creativebloq.com/web-design/style-tiles-4132333> (Åpnet: 14 juni 2021).
- Clancy M (2021) How to make a moodboard in 10 easy steps. Tilgjengelig i: <https://milanote.com/guide/create-better-moodboards> (Åpnet: 14 juni 2021).
- Whybrow (2015) Using C.R.A.P Web Design For eLearning. Tilgjengelig i: <https://elearningindustry.com/using-crap-web-design-for-elearning> (Åpnet 14 juni 2021)
- Cao (2016) What is a Mockup: The Final Layer of UI Design. Tilgjengelig i: <https://www.uxpin.com/studio/blog/what-is-a-mockup-the-final-layer-of-ui-design/> (Åpnet: 14 juni 2021)
- Friss Dam & Yu Siang (2021) Personas – A Simple Introduction. Tilgjengelig i: <https://www.interaction-design.org/literature/article/personas-why-and-how-you-should-use-them> (Åpnet 14 juni 2021)
- The Acrolinx Team (2015) What Is Tone of Voice and Why Does It Matter?. Tilgjengelig i: <https://www.acrolinx.com/blog/what-is-tone-of-voice/> (Åpnet 14 juni 2021)
- Loeschcke (2015) Effektive bruketests. Tilgjengelig i: <https://www.novicell.dk/blog/brugertest/> (Åpnet: 14 juni 2021)
- McKinnon (2010) Peter McKinnon. Tilgjengelig i: <https://www.youtube.com/c/PeterMcKinnon/featured> (Åpnet: 15 juni 2021)
- Schiffer (2009) Daniel Schiffer. Tilgjengelig i: <https://www.youtube.com/c/Znqt/featured> (Åpnet: 15 juni 2021)
- Lindgren (2017) Peter Lindgren. Tilgjengelig i: <https://www.youtube.com/c/PeterLindgren1/about> (Åpnet: 15 juni 2021)
- ShowIt Website Designer (2019) Website Design Trends 2019 • Tech Creative Co. Tilgjengelig i: <https://www.pinterest.dk/pin/754423375082969046/> (Åpnet 15 juni 2021)
- W3schools (2021) HTML Tutorial. Tilgjengelig i: <https://www.w3schools.com/html/default.asp> (Åpnet: 22 mai 2021)

- Pinterest (2010) Camera aesthetic. Tilgjengelig i: [https://www.pinterest.dk/search/pins/?rs=ac&len=2&q=camera%20aesthetic&eq=camera&etslf=5035&term\\_meta\[\]=camera%7Cautocomplete%7C1&term\\_meta\[\]=aesthetic%7Cautocomplete%7C](https://www.pinterest.dk/search/pins/?rs=ac&len=2&q=camera%20aesthetic&eq=camera&etslf=5035&term_meta[]=camera%7Cautocomplete%7C1&term_meta[]=aesthetic%7Cautocomplete%7C) (Åpnet: 15 juni 2021)
- Essam (2019) 10 grunde til hvorfor du burde bruge video annonser på Facebook. Tilgjengelig i: <https://www.ekdesign.dk/facebook-video-annoncer/#:~:text=Sammenlignet%20med%20billeder%20og%20tekst,helt%20unikke%20og%20kreative%20m%C3%A5der> (Åpnet: 15 juni 2021)
- Frankly (ukjent år) Dit kreative digitalt bureau. Tilgjengelig i: <https://frankly.dk/persondatapolitik-privacy-policy/> (Åpnet 16 juni 2021)
- Troika (2017) Troika film Tilgjengelig i: <https://www.troikafilm.dk/dk/> (Åpnet 16 juni 2021)
- Marketing (2014) Marketing Copenhagen. Tilgjengelig i: <https://marketing-copenhagen.dk/> (Åpnet: 16 juni 2016)
- Friis Dam (2021) 5 Stages in the Design Thinking Process. Tilgjengelig i: <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process> (Åpnet: 16 juni 2021)
- Google (2020) Terms of service. Tilgjengelig i: <https://www.google.com/> (Åpnet 16 juni 2021)
- Bourn (2010) Bourn Creative. Tilgjengelig i: <https://www.bourncreative.com/meaning-of-the-color-black/> (Åpnet: 16 juni 2010)
- Kingston (2020) Key Principles of Visual Hierarchy in UX Design. Tilgjengelig i: <https://xd.adobe.com/ideas/process/information-architecture/visual-hierarchy-principles-examples/> (Åpnet: 17 juni 2021)
- Bilshaw (2020) Brand PowerPoint- Ashi. Tilgjengelig i: <https://www.pinterest.dk/pin/176907091600217755/> (Åpnet: 17 juni 2021)
- Ksioks (ukjent år) Best graphic design. Tilgjengelig i: <https://www.pinterest.dk/pin/450852612675850765/> (Åpnet 17 juni 2021)
- W3schools (2021) CSS Layout - The position Property. Tilgjengelig i: [https://www.w3schools.com/css/css\\_positioning.asp](https://www.w3schools.com/css/css_positioning.asp) (Åpnet: 20 juni 2021)
- User First (2021) TÆNKE-HØJT TEST. Tilgjengelig i: <https://www.userfirst.dk/taenke-hojt-test/> (Åpnet 21 juni 2101)
- Brandt (2020) Brugertest - Sådan faciliterer du en test, så du lærer dine brugere at kende. Tilgjengelig i: <https://actvisual.dk/saadan-lykkes-du-med-effektivt-at-laere-brugerne-at-kende/> (Åpnet: 24 juni 2021)
- Nordlys (2015) Hvad er SEO?. Tilgjengelig i: <https://nordlysmarketing.dk/ordbog/seo/> (Åpnet 24 juni)

# REFLEKSJON

Før jeg ble Multimediedesignersstudent på UCL, har jeg hatt pause fra studie i nesten 5 år, som ga meg usikkerhet om en effektiv studieprosess. Til min overraskelse fikk jeg oppnådd en del kunnskap innenfor mine studiefag. Blant annet, kunnskap om forståelse for licenseringsmetoder i digital medieproduksjon, multimediedesigners plassering i verdikjeden i digital produksjon, jeg syns kunnskap om digitale medier og digitale medieplattformer som feks, Wordpress og Atom der anvendes i yrker, er spesielt nyttig kunnskap jeg kan skryte med som vil komme godt med i nærmeste fremtid.

Dersom jeg planlegger å drive min egen virksomhet etter utdannelsen, er det ekstra viktig for meg å kunne bruke metoder til planlegging og teorier, det omfatter Scrum, Design Thinking process, CRAP osv. Gjennom semesteret, både individuelt og i gruppeprosjekter har jeg benyttet meg av de fleste metoder og teorier på en grunnleggende nivå og gjennomført en effektiv digital innholdsproduksjon. Utover det, har jeg aktivt og effektivt arbeidet med de sentrale anvendte teknologier til produksjon av digital innhold, det omfatter Adobe programmer. Under prosjekt 2 (redesign av hjemmeside) har jeg i stor grad anvendt Adobe Xd og har fått mye nyttig ut av det. Illustrator er den jeg har arbeidet minst med, så jeg håper å få den på plass i 2 semesteret. Takket være eksamensprosjektet, kan jeg nå, selvstendig produsere digitalt innhold på et grunnleggende nivå basert på brukerforståelse og strategisk opplegg.

Jeg har på grunnleggende nivå lært å vurdere andres digitale produksjoner ved bruk av faguttrykk, samtidig utføre en utviklingsprosess av et ferdig laget produkt med faglig hensikt. Denne muligheten fikk vi gjennomført i Redesign av hjemmeside prosjektet, hvor vi valgte en Pizzeria hjemmeside, og skulle vurdere den etter NUG test. Utifra den testen har jeg forstått de viktigste punktene man skal huske på for å få en god “usability” design.

Igjennom semesteret har jeg også inngått i tverrfaglige arbeidsprosesser som har blitt lærerikt for meg, for eksempel våres eksamensprosjekt, hvor vi hadde flere forskjellige “retninger” som skulle gjennomføres; kodning, design, prosjekter der ble gjennomført i forskjellige programmer og/eller utstyr, skriftlig oppgave med hensikt til en god faglig språk. Den største og mest effektive læremetoden gjennom hele semesteret for meg var, vejledninger hvor vi fikk nyttige tilbakemeldinger og anbefalinger for en forbedring til utvikling av digital produkt/innhold.