

Pernille Hetland

Portefolio

Kontakt info

 + 47 414 39 989

 pernillehetland97@gmail.com

 Pernille Hetland

 [@pernille.design](https://www.instagram.com/pernille.design)

Innholdsliste

- 1** Grafisk designer hos E-Wheels Norge AS
- 2** Grafisk designer hos Olivenlunden 1830
- 3** Praksis prosjekter
- 4** Skole prosjekter

E-Wheels Norge AS

Kampanje- og salgsmateriell:

Print: prisskilt

Digitalt: banner til Facebook annonser, nyhetsbrev Instagram annonser. Forsidebanner til nettsiden, GIF,

Annet:

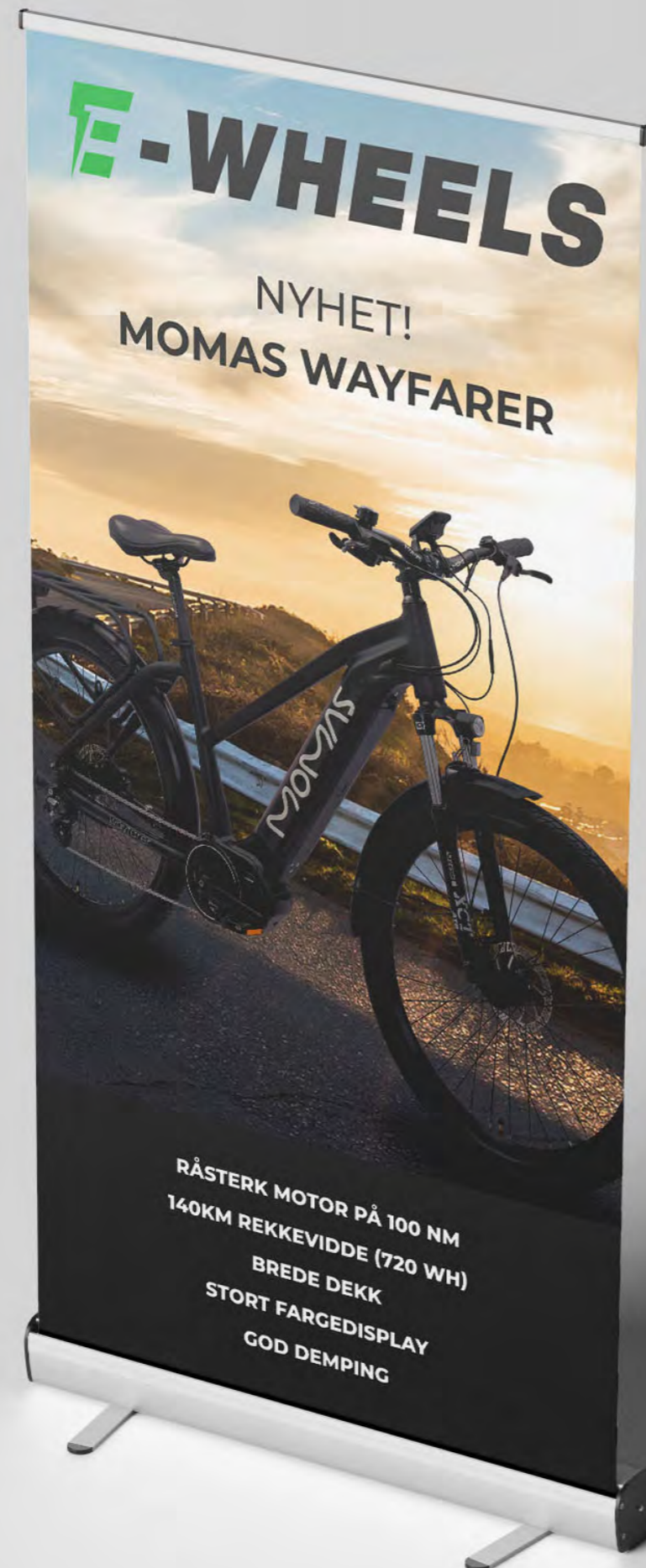
Print: etiketter til essensielle oljer, rullupsbanner, banner til gatebukk, designmal (Supsport, E-Wheels), brosjyre, visittkort

Digitalt: materiell til nettsiden og TV skjerm i butikk i Bergen, oppsett til forside (Supsport, Trygg Helse), logo oppgradering, bilderedigering

Rull-ups

Til åpning av butikk i Bergen

Ps

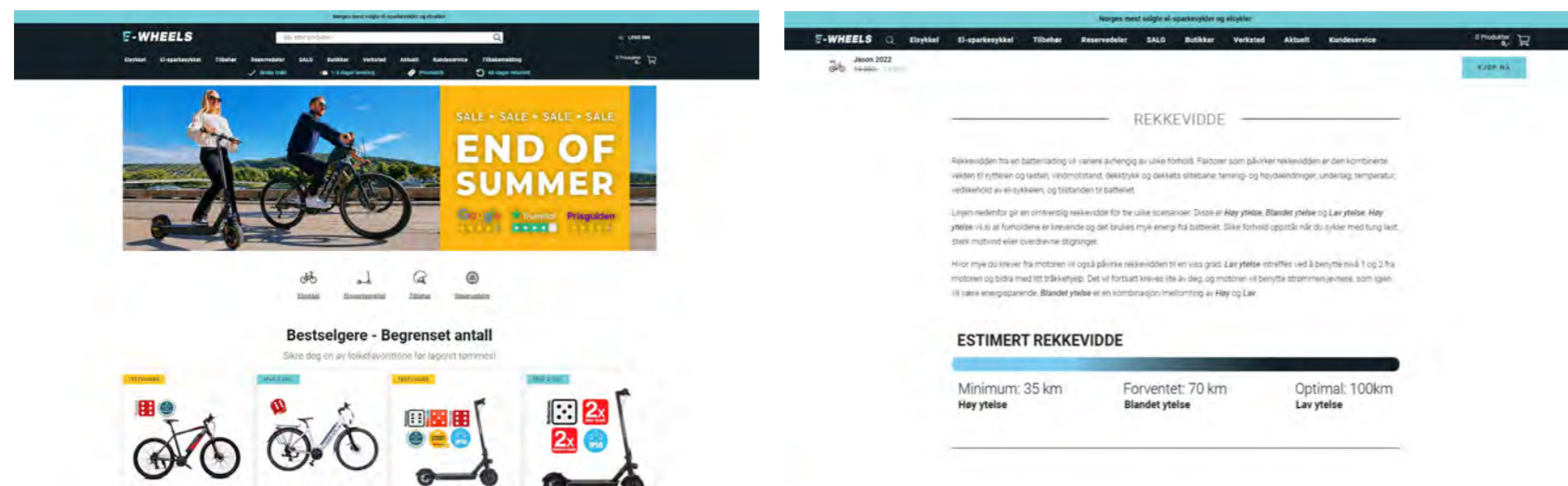


SK Holding

E-Wheels EU (NO, SV, FI, FR)

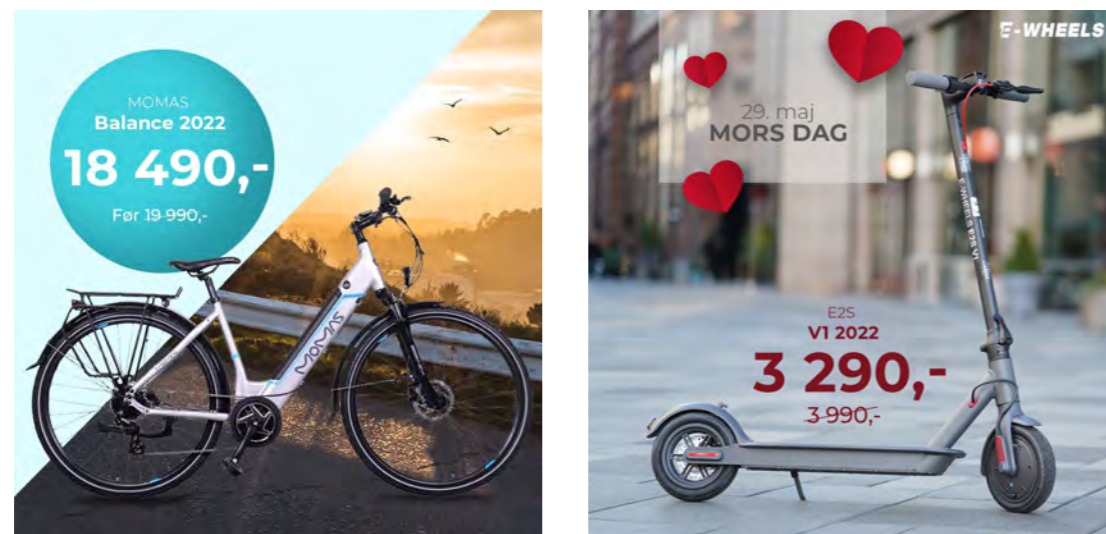
Forsidebannere - materiell til nettside

Salg, kampanjer, sesong - estimert rekkevidde til alle sykler



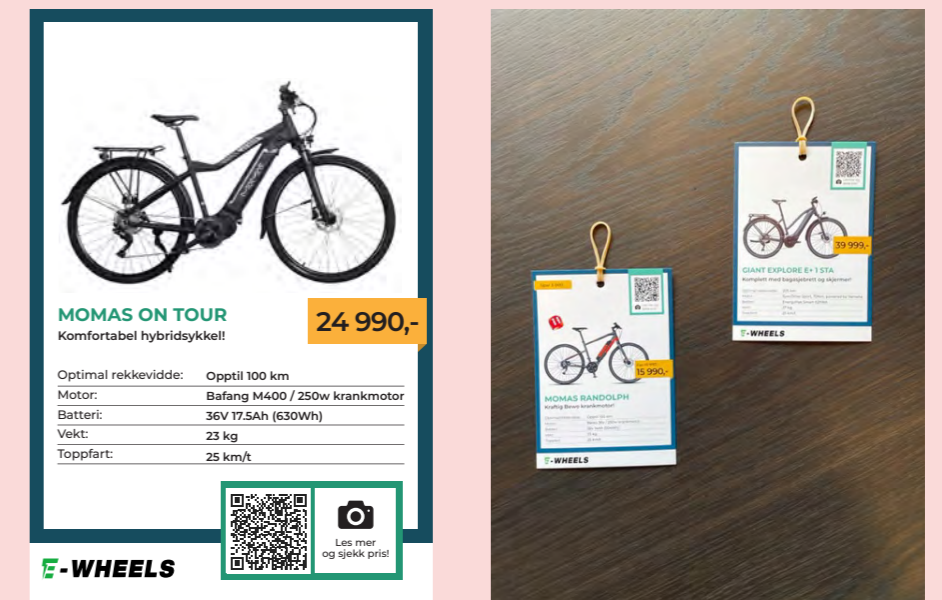
Kampanjebannere

Facebook, Instagram, nyhetsbrev



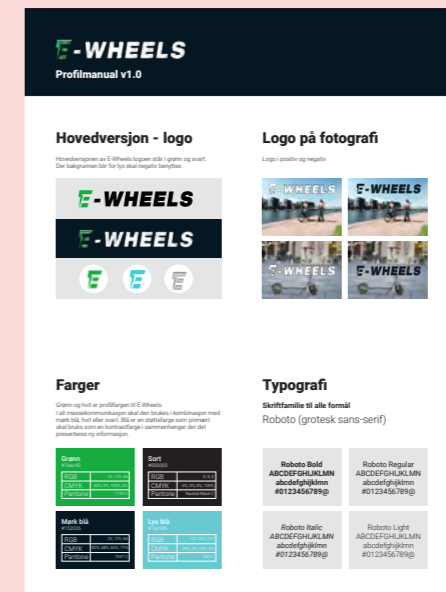
Prisskilt

Til produkter i butikk



Profilmanual

Skape bedre oversikt over materiell



Gatebukk

Til åpning av butikk i Bergen

Ps

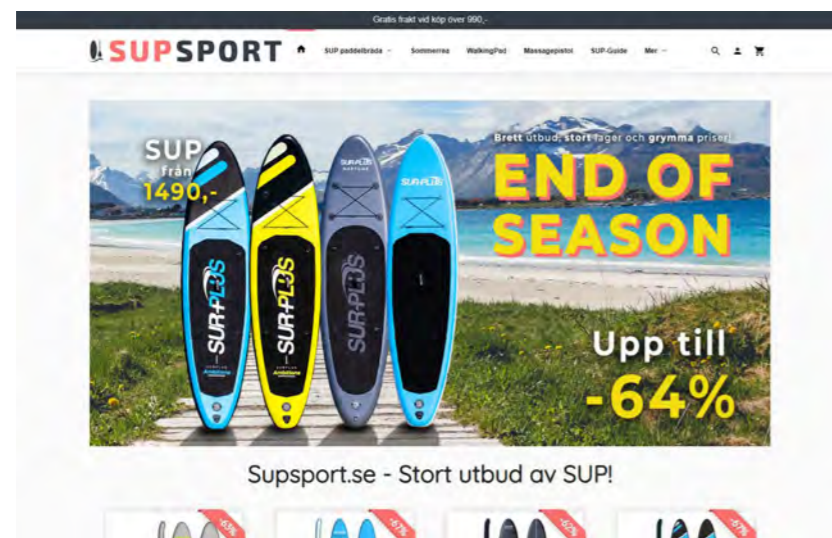


SK Holding

supsport.no

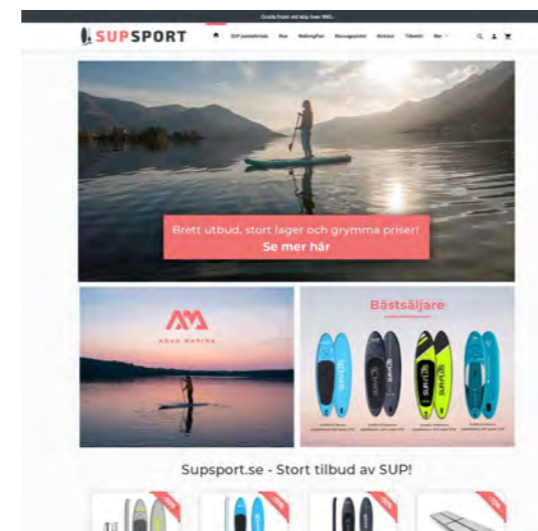
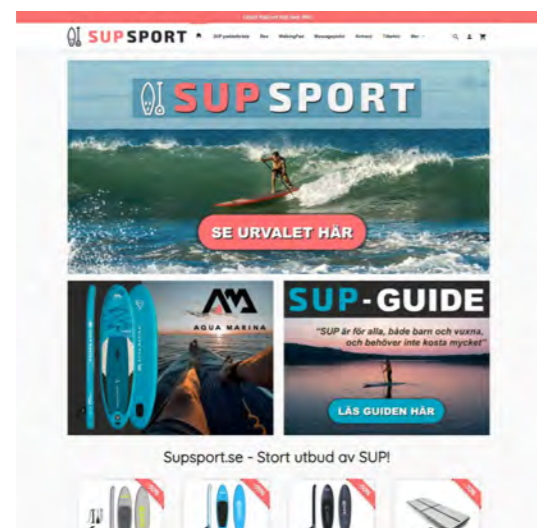
Forsidebannere

Salg, kampanjer, sesong



Nettside oppdatering

Brukervennlig, nytt uttrykk og design



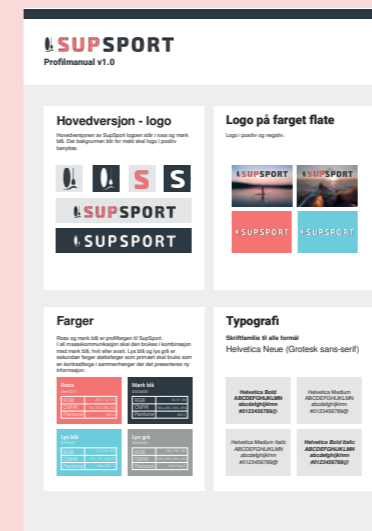
Kampanjebannere

Facebook, Instagram, nyhetsbrev



Designmal

Skape bedre oversikt over materiell



SK Holding

supworld.no / supworld.se

Kampanjebannere

Facebook, Instagram, nyhetsbrev

GIVEAWAY! Value: 499 EURO
We are finally on Instagram!
We are celebrating this by giving away a Supworld by SurPlus Hawaii 10'8"

SUPWORLD

SUPWORLD
Marina 10'8''
Uppblåsbar SUP bräda

-67%
Nu endast **1 790,-**
~~5 490,-~~

Brett utbud, stort lager och grymma priser!
END OF SEASON
Surplus **Elise**
2 190,-
Spara **-60%**

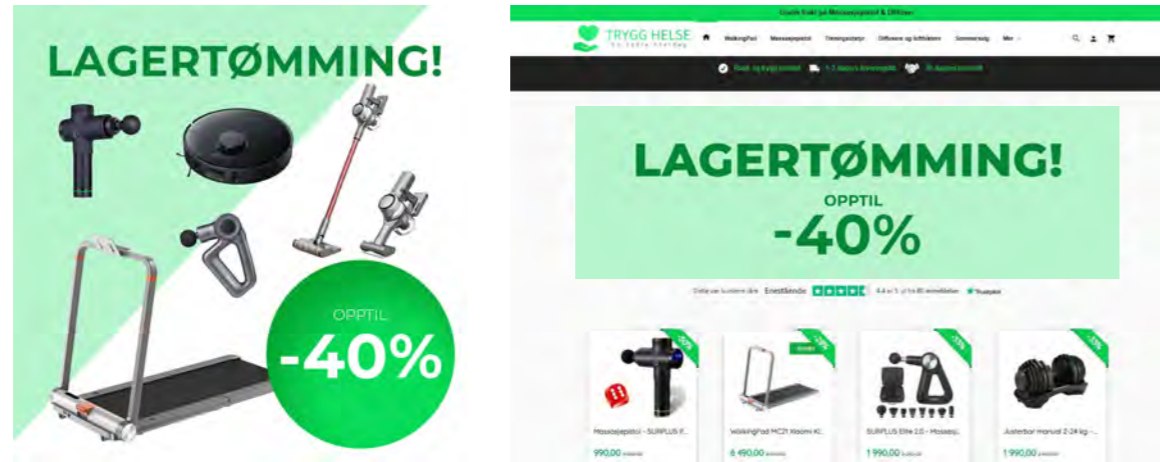
SUPWORLD

SUPWORLD
Nemesis 10'8''
Uppblåsbar SUP bräda

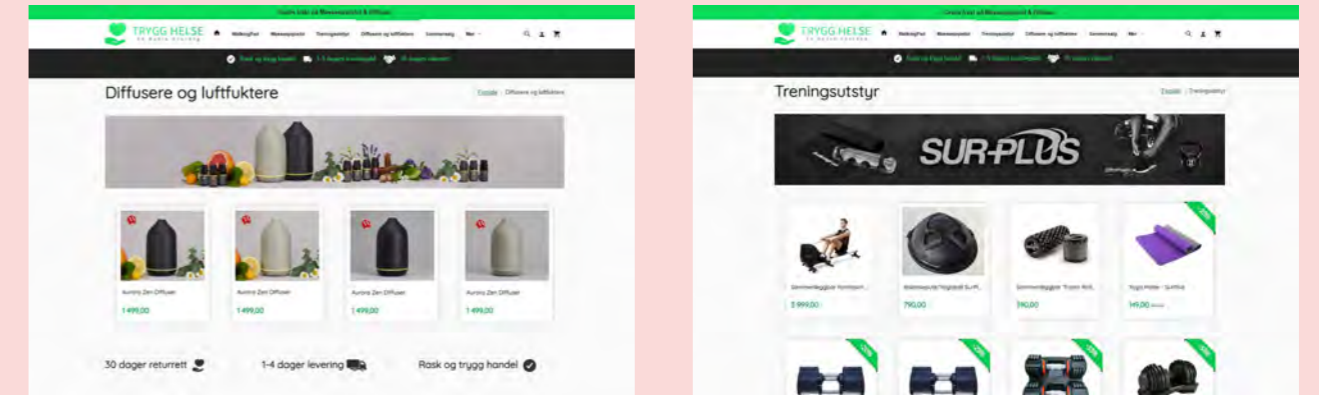
-60%
Nu endast **2 390,-**
~~5 990,-~~

SK Holding tryggghelse.no

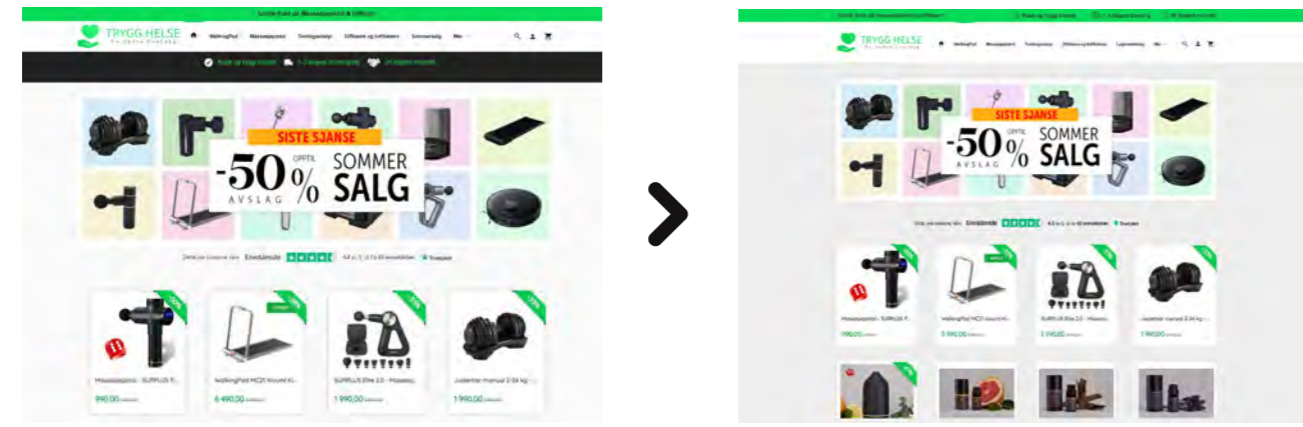
Forsidebannere
Salg, kampanjer, sesong



Undersidebannere
Skape helhet til nettsiden



Nettside oppdatering
Brukervennlig, liten oppfriskning til designet



Etikett - esensielle oljer
Nye oljer til nettbutikk



Brosjyre

SK Holding - oversikt



Olivenlundene 1830

Kampanjemateriell:

Print: prisskilt, banner, etiketter, nyhetskilt, prisetiketter.

Digitalt: oppskriftsider til Instagram, bilder og materiell til Facebook, digitale annonser.

Annet:

Print: innholdsider til magasiner, brosjyre.

Print prosjekter

Kampanjemateriell.



FORMÅL

Designe materiell til nye produkter som skal bli kampanje i fysiske butikker. Alt av prisskilt, bannere, etiketter, nyhetskilt og prisetiketter.

OPPGAVER

- Produsere kampanjemateriell innen en viss tidsperiode. Innhold til hvert prosjekt ble tilsendt av markedsføreransvarlig.
- Designe et fint oppsett med ulike elementer av bilde, fargevalg og tekst som fungerte like bra på skjerm som på trykk. Redigere bilder etter behov.
- Fjerne eller legge til elementer på bilder i Photoshop.

PROGRAMMER



Kampanjemateriell

Print prosjekter

Prisskilt, banner, etiketter, nyhetskilt og priseetiketter.



FESTCOCKTAIL MED SITRON & GRANATEPLE

- Sitronsaft
- 1 Skjele moserende ost
- 4 - 7 friske bringebær eller bringebærpartier
- 2 ss Granateplebalsamico
- 2 ss rypeakt

TILBEREIDNING

1. Bland sammen moserende ost, rypeakt og granateplebalsamico.
2. Ha i friske sitronsaft i et cocktailglass og hell over blandingen med moserende ost.
3. Dander med biter av friske bringebær på toppen av cocktailen.

Men kan vi sette sammen oss med lovende for en utrolig middag!

Se flere gode oppskrifter på olivenlunden1830.no

VERDISJEKK -15%

*Få -15% på et kjøp når du handler for over 400 kr. Gyldig i alle fysiske Olivenlunden 1830 butikker i.o.m. 02.01.22 til 28.02.22 ved fremvisning av denne kupongen. Kun én kupong per kunde.

ekte vare siden
1830
OLIVENLUNDEN

En gastronomisk spesialforretning for olivenolje, balsamico og kulinariske produkter fra Middelhavet

For mer informasjon om våre produkter og spesialiteter, gå inn på olivenlunden1830.no

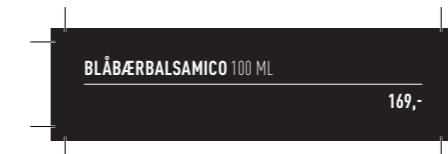
 



Balsamico og eddiker med bringebær og blåbær



1830
OLIVENLUNDEN



BLÅBÆRBALSAMICO 100 ML

169,-



EKTE MIDDELHAVSSOMMER

SOMMERSALAT MED BRINGEBÆRBALSAMICO & MYNTEOLJE

SOMMERENS UUNVERLIGE OLIVENLJER & BALSAMICO!

SOMMEROLJE
FRAN MIDDELHAVET, ITALIA & PASTORIFRUKTBALSAMICO

MYNTEOLJE & BRINGEBÆRBALSAMICO

INGREDIENSER

- Olivenolje
- Sitronsaft
- 1 Skjele moserende ost
- 4 - 7 friske bringebær eller bringebærpartier
- 2 ss Granateplebalsamico
- 2 ss rypeakt

TILBEREIDNING

1. Bland sammen moserende ost, rypeakt og granateplebalsamico.
2. Ha i friske sitronsaft i et cocktailglass og hell over blandingen med moserende ost.
3. Dander med biter av friske bringebær på toppen av cocktailen.

ALLE VÅRE OPPSKRIFTER OG MER INFO OM VÅRE PRODUKTER FINNES DU PÅ OLIVENLUNDEN1830.NO



NYHET

Pesto med pistasjnøtter & extra virgin olivenolje

Pistasjpesto er en delikatesse fra Italia. Denne er spesielt smaksrik og delikat, med 70% pistasjnøtter, extra virgin olivenolje og litt salt. 100% naturlig.

Bruk den på kjeks til aperitivo, på smørbrød istedenfor smør, på pasta, risotto, i salater (blandet med en god olivenolje for å gjøre den mer flytende), med ost eller i kaker.

Bon appetit!



119,-
110G



SPÉCIALITÉ À BASE D'OLIVES & BASILIC

BASILIKUMOLJE

1830

OLIVENLUNDEN

5 ml

Ingredienser: Extra virgin olivenolje 97,6%, basilikum 2,4%. Oppbevares på et mørkt og kjølig sted.

Best før: se på posen
Maison Briand 1830
16 ter, rue d'Italie
13100 Aix-en-Provence FRANCE.

20 års jubileum

Brosjyre med innhold om Olivenlunden sin historie og grundere.



VI GJØR MÅLTID TIL EN SANN NYTELSE OG EN EKTE OPPLEVELSE

Selv når du er strubbsulten så handler mat om så mye mer enn å bli mett. Et måltid er et samlingspunkt der et stykke brød dyppet i olje kan være nok for å skape et genuint fellesskap. Vi ønsker å ikke bare stille sulsten på rene råvarer, men også å øyve hungeren etter ekte opplevelser.

••• EKTE VARE

Vi byr på de beste olivenoljene fra produsent-er du ikke finner maken til og en unik samling av balsamico som du garantert aldri har smakt tidligere.

Du vil elske våre friske og saftige tapenader, smaksrike pestoer, urtesalt, grønnsaksrisottoer, caponata, sjeldne peppersorter, og saftige økologiske cherrytomater med olivenolje.

Fra vår egen lille kjeksfabrikk i Provence får du ferske, salte fristelser til aperitif og søte makroner til teen. Hva med ekte pistasikrem med sjokolader & ristede pistasjnøtter fra Sicilia eller Produkterne fra vårt eget franske konditori? Tilsetningsstoffer er fri for fargestoffer og andre

Vi har et nært og tett samarbeid med våre produsenter og verdsetter den lokale matkulturen sammen med de tradisjonsrike produksjonsmetodene. Vi lever av tillitt og krever selv full sporbarhet av det som havner i våre hyller. Derfor kjøper vi kun direkte fra våre betroede leverandører.

20 ÅR I OLIVENLUNDEN

Da de **to norske venner og matentusiaster**, Erik og Per Axel, oppdaget den franske Oliver Bausan sin lille olivenoljebutikk i hjertet av Paris på slutten av 90 tallet var de solgt. Det ble starten på et langt og ekte vennskap og starten på et eventyr der de bygget opp Olivenlunden til å bli en **toneangivende formidler av det mediteranske kosthold** i Norge.

At **olivenolje og balsamico** 20 år senere er blitt et fast innslag på **manges bord** hadde ikke Erik og Per Axel forestilt seg den gangen de i 2007 åpnet den første lille butikken på hjørnet i **Vibegate** på Majorstua i Oslo.

Efter alle disse årene kan vi trygt si Olivenlunden har bidratt til å gi olivenolje, balsamico og andre spennende franske og italienske smaker en **selvskreven plass i det norske kjøkknet**.



Erik Engbringstven

Oliver Bausan

Per Axel Prydz

Bogstadveien magasinet

Sommer 2021. Oppskrift og reklame om Olivenlunden sine nye produkter.

Ps

Id



SOMMERSALAT MED BRINGEBÆRBALSAMICO & MYNTEOLJE

SOMMERENS UUNVERLIGE OLIVENOLJE & BALSAMICO!
Vi har valgt ut to friske og fruktige duo'er av olje og balsamico som passer til alle sommerens kur å tre på av gode spiser og retter. Smak de med salate, smør, ris og godt duk (tulle, hvit duk, fiskeris, carpaccio er fukt, hvitt pøst, caviar, vanilje) og dessert med frukt eller sjokolade.

God sommer!

SOMMEROLJE FRA VERONA, ITALIA & PASJONSFRUKTBALSAMICO

MYNTEOLJE & BRINGEBÆRBALSAMICO

OLIVENLUNDEN
1830
SOMMEROLJE
& PASJONSFRUKTBALSAMICO
MYNTEOLJE
& BRINGEBÆRBALSAMICO

Se sesongens solbriller
Sommerens kolleksjoner er her. Se det fine utvalget i nettbutikken eller besøk nærmeste Krogh Optikk.

kroghoptikk.no | 800 57 644

Krogh Optikk
DE FORRETTEN

BOGSTADVEIEN

LIVSTILSMAGASINET FOR MAJORSTUEN SOMMER 2021

OASE FOR MOTE-ELSKERE

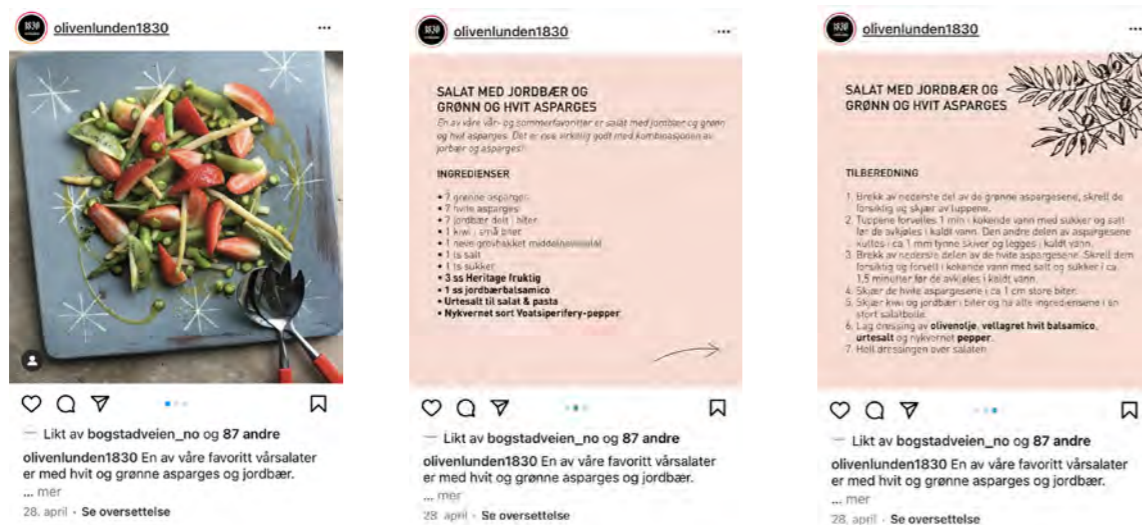
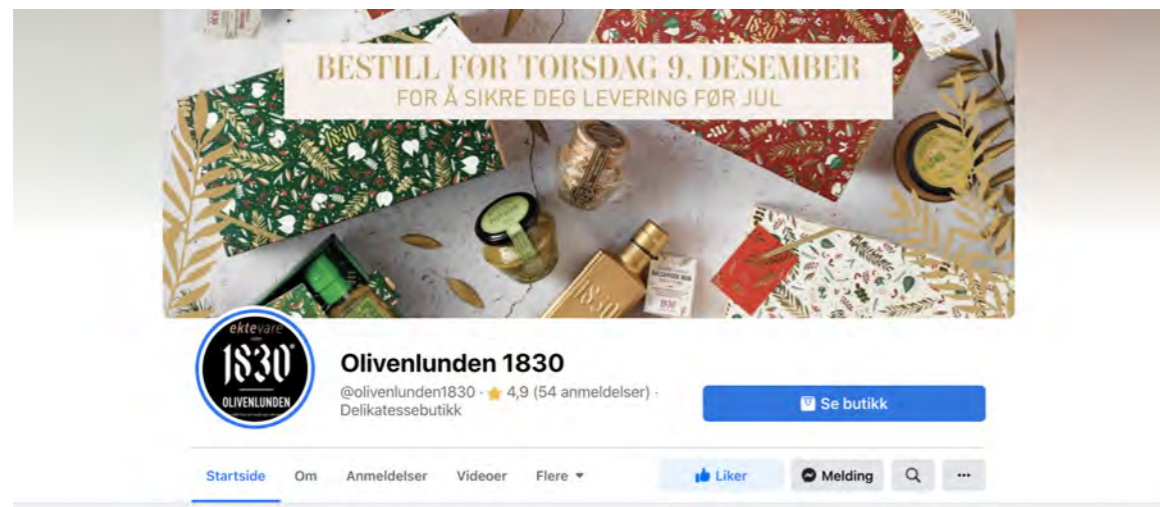
SMITTENDE SKAPERGLEDE OG FREMTIDSTRO
HOLDER HJULENE I GANG

Endelig!

DAMPENDE TRENING TIL LANDS OG TIL VANNS
TID FOR EGENPLEIE
SE OPP - HAJEN KOMMER!
FIKK LIVSGLØDEN TILBAKE

Digitale prosjekter

Kampanjemateriell.



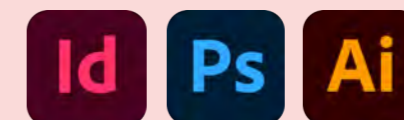
FORMÅL

Designe materiell med bilder og oppskrifter til nye produkter som kommer eller eksisterer i butikk. Alt av Instagram, Facebook og andre digitale annonser.

OPPGAVER

- Produsere kampanjemateriell innen en viss tidsperiode. Innhold til hvert prosjekt ble tilsendt av markedsføreransvarlig.
- Designe et fint oppsett med ulike elementer av bilde, fargevalg og tekst som fungerte bra på skjerm.
- Redigere bilder etter behov. Fjerne eller legge til elementer på bilder i Photoshop.

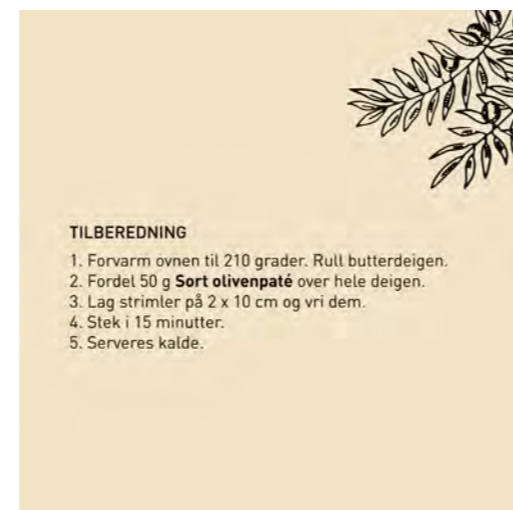
PROGRAMMER



Kampanjemateriell

Digitale prosjekter

Oppskrifter til Instagram, bilder og materiell til Facebook og digitale annonser.



Oppskrift på Instagram

Hovedsiden til Olivenlunden 1830.

ld



Praksis prosjekter

Soliditet

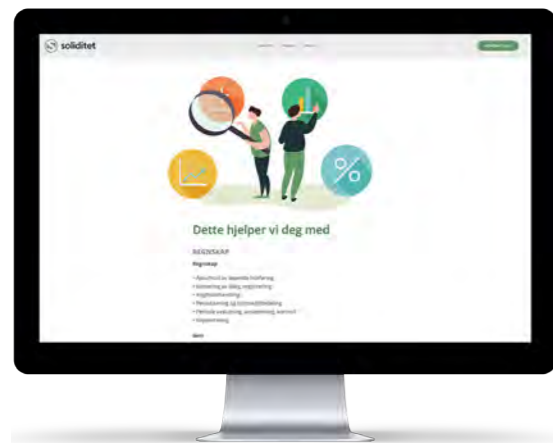
Kravia inkasso

Vedal

Valkyrien

Soliditet

Regnskaps- og rådgivnings byrå med ønske om ny nettside med oppdatert tekst, design og ny profil.



AaBbCc

12345678910

BLI KUNDE

BLI KUNDE

FORMÅL

Soliditet har som formål med å gjøre regnskap mer attraktivt blant nyutdannede og øke kundekretsen. Lette synet på regnskap.

OPPGAVER

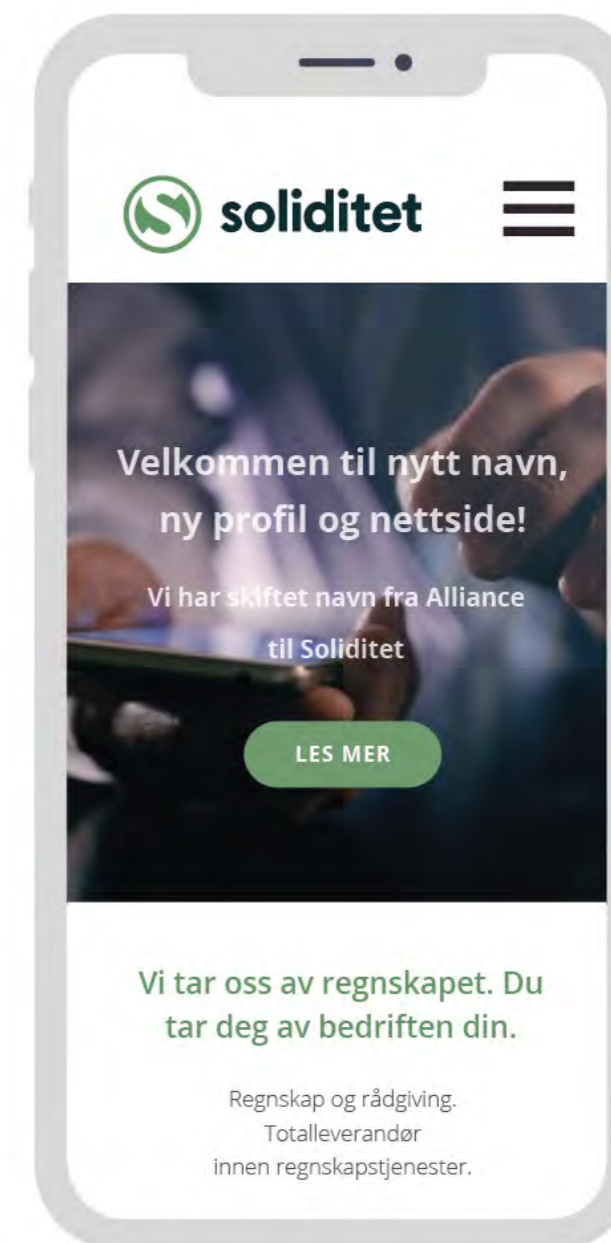
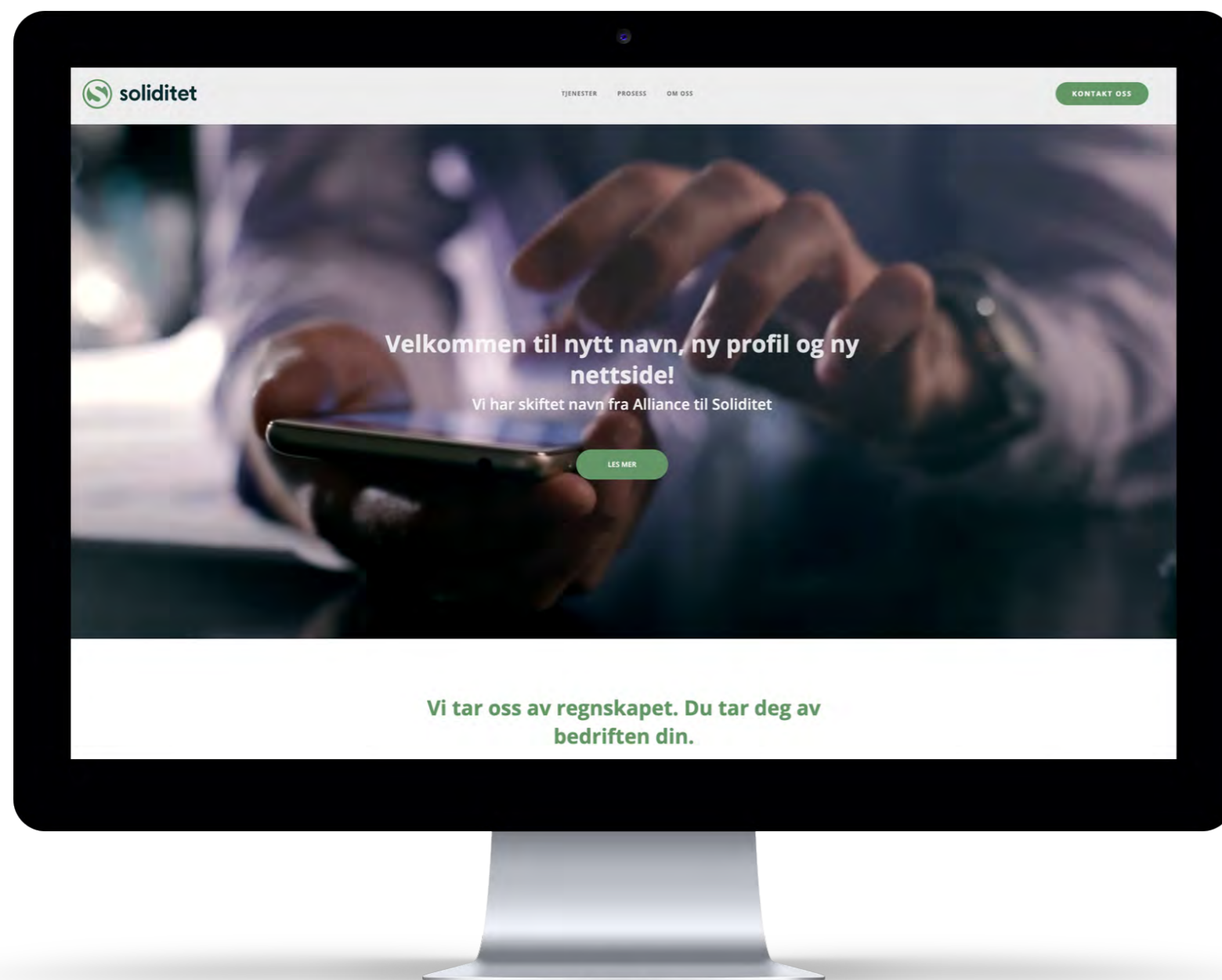
- Ta i bruk Webflow å lære programmet på egenhånd.
- Skape et gjennomgående design av illustrasjoner og elementer av bilde og tekst til nettsiden med utgangspunkt til designmanualen.

PROGRAMMER



Nettside

Forside.





Illustrasjoner

Til ny nettside.



Nivå 1

Nivå 2

Nettside

Utsnitt av elementer fra nettsiden.

Tjenester

Vi hjelper til med alt som har med regnskap å gjøre



LES MER

Våre hovedpartnere

Vi har god samarbeid og erfaring med ulike systemer som Microsoft og Visma. Ta kontakt i dag så hjelper vi deg å finne det beste systemet for ditt selskaps behov.



PowerOffice er et komplett system for regnskap, bokføring, årsoppgjør, skatteoppgjør og mer.

LES MER



Visma leverer software og tjenester som forvalter og digitaliserer økonomisystemer i privat og offentlig sektor.

LES MER



TripleTex er et komplett, integrert økonomisystem laget for små og mellomstore selskaper som vil løse utfordringer.

LES MER

Kontakt skjema

Ditt navn *

E-post *

Hva gjelder henvendelsen? *

Skriv inn din beskjed *

SEND

Systemer

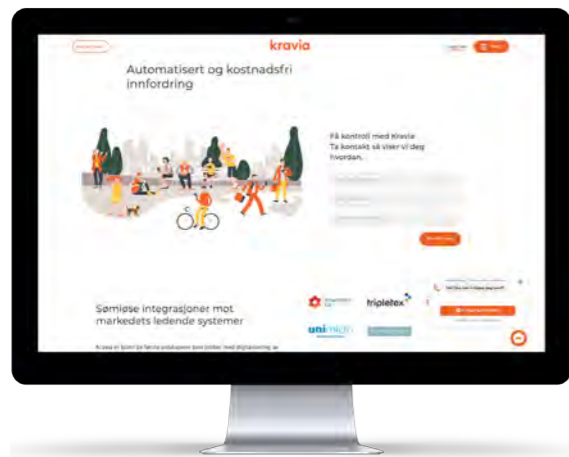


Vi leverer tjenester på flere skybaserte systemer. På den måten har du alltid løpende tilgang til et oppdatert regnskap og system. Ved å samarbeide med de beste leverandørene i Norge sikrer vi også en best mulig tjeneste for kundene våre.

Kravia

Inkassoselskap med behov for nytt design til deres gamle nettside. Alt av innhold på tekst skulle beholdes.

kravia®

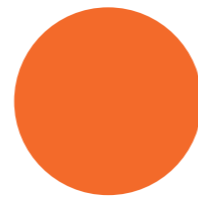
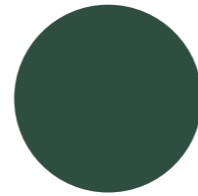


AaBbCc

12345678910

Mottat brev?

Mottat brev?



FORMÅL

Kravia har som formål om å være et betalingselskap med mer fokus sympati og kundeservice, samt gjøre det enklere å få betalt og betale tilbake.

OPPGAVER

- Designe illustrasjoner og ikoner med utgangspunkt i designmanualen.
- Skape en gjennomgående design stil til annonser.

PROGRAMMER





Illustrasjoner

Designet for å oppleves mer sympatisk for kundene.



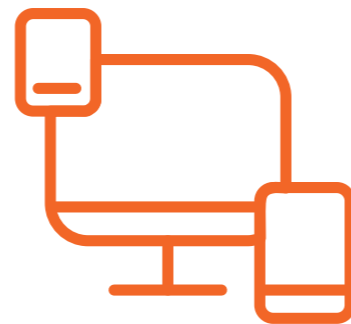
Nivå 1

Nivå 2



Ikoner

Nytt ikonstil til oppdatert nettside.

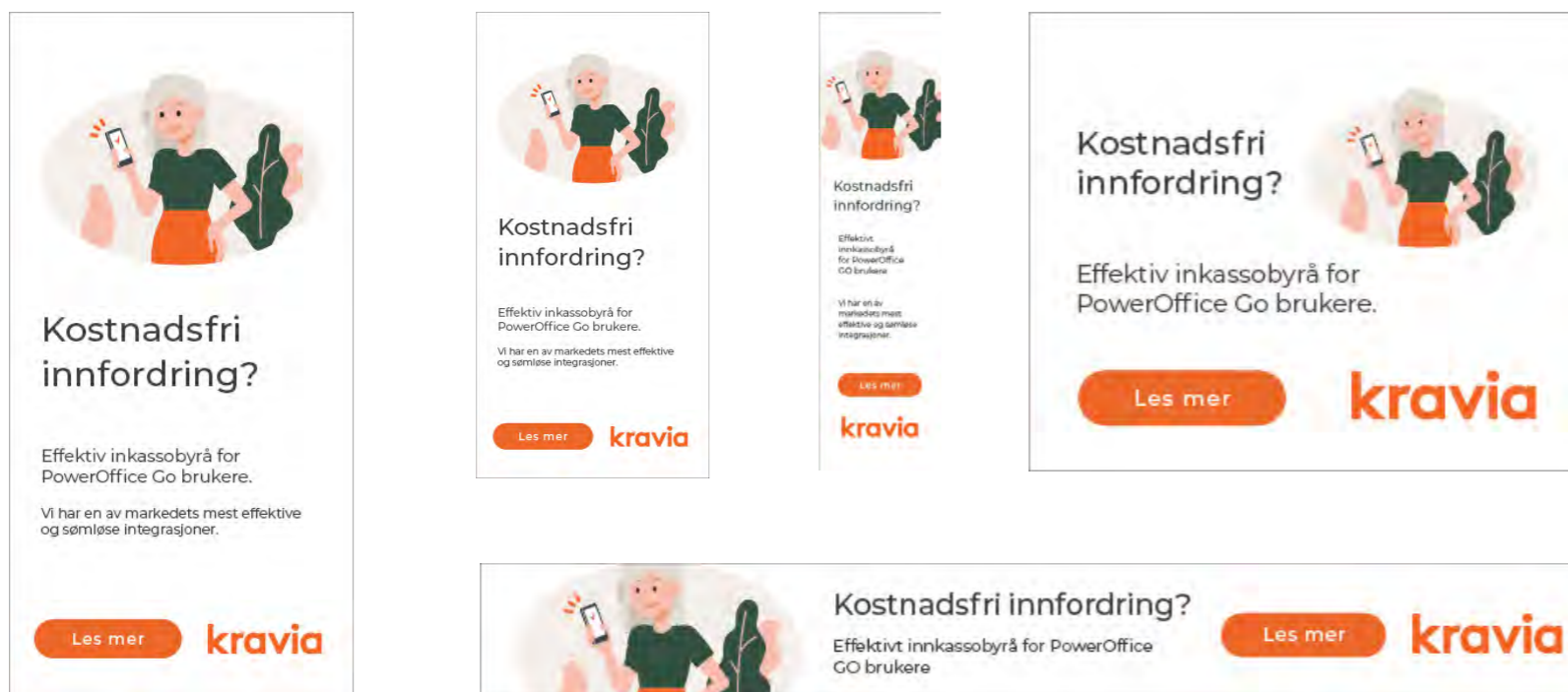




annonser

Fikk i oppgave å sette inn alle elementene slik at det ser ryddig og oversiktlig ut.

Sammensetting av elementer av typografi og bilde for å få dem til å fungere godt på ulike flater.



Vedal

En av landets største bygg- og eiendombedrifter. De har kompetanse innen utvikling, planlegging og gjennomføring av byggeprosjekter.

VEDAL



(Bilde hentet fra hjemmesiden til Vedal)

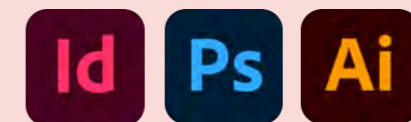
FORMÅL

Ønske om et minimalistisk og rent julekort. Opptatt av kvalitet framfor pris.

OPPGAVER

- Designe og komme med ideer til julekort, vinkort og vinposer.
- Sjekke etter trykktekniske feil og mangler.
- Delta på trykkeri med omvisning og ferdig trykket julekort.

PROGRAMMER



Julekort og vinpose

Designet ilag med ansatt fra praksis plass.

Oppsett, design og farger.



Vinpose

I negativ og positiv variant.



Valkyrien

Nytt bygg som ble åpnet på Bogstadveien i 2020. I bygget er det komme blant annet leiligheter, restauranter, kles-, interiør- og sminkebutikker.



(Bildene hentet fra designmanual til Valkyrien)

FORMÅL

Skape en skisse av tildekkingen for å synliggjøre muligheten kunden har for å skape oppmerksomhet.

OPPGAVER

- Lage skisse av tildekkingen som er rundt bygget mens byggeprosjektet pågår. Skissen ble brukt som innsalg til kunden i pitchen.

PROGRAMMER



Fasade skisse

Skisse av ide til hvordan tildekking av bygget vil se ut mens det bygges.



Skole prosjekter

Tekst og typografi

Historiefortellende design

Redaksjonell design

Visuell identitet

Designerens samfunnsansvar

Bacheloroppgave

Die neue Typographie

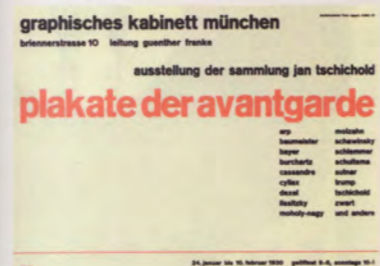
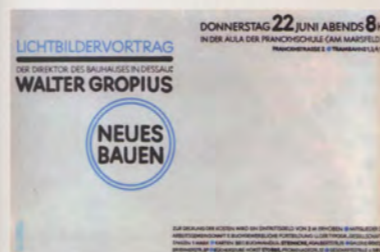
Den nye typografien var i mellomkrigs-tiden først og fremst et tysk fenomen og var i utgangspunktet inspirert av Bauhaus. Den var basert på asymmetrisk komposisjon og en geometrisk oppdeling av flaten. Skriften var grotesk, en skrift uten seriffer og med en tilnærmet monolineær strekstruktur, med andre ord uten overflødig dekor og stafasje. Hovedpoenget var frigjøringen fra symmetrien og antikvaskriften, som begge ble regnet som en arv fra renessansen. Den ble betraktet som ornamental og unødvendig dekorativ, håpløst upasende i en moderne verden og distraherende for den moderne leser. Inspirert av kunstnere som Piet Mondrian og Vasilij Kandinskij tok de nye typografene flaten i bruk på en ny og utfordrende måte, og de brukte asymmetrien til å skape balanse og sammenheng i teksten. Et nøkkelord som ofte gikk igjen, var klarhet [Klarheit], noe som innebar at der symmetrien med sin bydende aksialitet både inviterte til, og gjorde det mulig med, større nyansering og kompleksitet, krevde den asymmetriske balanse enkelhet og klar struktur. Og der symmetrien arbeidet med harmoniske proporsjoner og kongruente former, var den nye typografien mer dynamisk; den brukte elementene til å gå til angrep på flaten

for å skape flatedeling, kontrast og bevegelse. Stilen bærer nok preg av at de toneangivende skikkelsene – Laszlo Moholy-Nagy, Vasilij Kandinskij, Piet Mondrian og El Lissitzkij for å nevne noen – var eller ble arkitekter eller kunstnere innenfor maleri og grafikk. Papirformatene som ble foretrukket, var industristandarden A4 og A5. Asymmetrisk oppstilling av teksten ble dessuten oppfattet som en logisk konsekvens av lese-mønsteret – fra venstre mot høyre.



Herbert Bayers omslag til en katalog for Bauhaus-produkter (Spencer 1982:146).

En viktig del av det ideologiske grunnlaget i funksjonalismen generelt, var tanken om at funksjonen har en slags naturlig eller naturgitt formfasit: Til en gitt funksjon svarer en eneste riktig eller funksjonell form – en tanke som fikk sitt uttrykk i slagordet form follows function. (Louis Sullivan sit. i Michl 1995.) Det gjelder for formgiveren å forstå funksjonen og deretter finne formen. Funksjonen rettferdiggjør så å si formen – om så på bekostning av estetikken. Stilen spredte seg til en rekke land i Europa, også til Norge (Eng 1998), og øvde innflytelse på alle slags trykksaker, men kanskje mest innenfor reklame, noe som for øvrig er et av Eng's poenger. I England, derimot, fikk ikke stilen noe nedslag for etter annen verdenskrig (f.eks. i Kinross 1992:116).



Eksempler på Tschicholds design i den nye stilen. Øverst til venstre en plakat fra 1926 som annonserer en forelesning av Walter Gropius ved Graphische Berufsschule i München. Under, en plakat fra 1930 for en utstilling i Graphisches Kabinett i München. Til høyre, lotteriseddel fra 1927 (Burke 2007:72).

TEKST OG TYPOGRAFI

LÆRTE

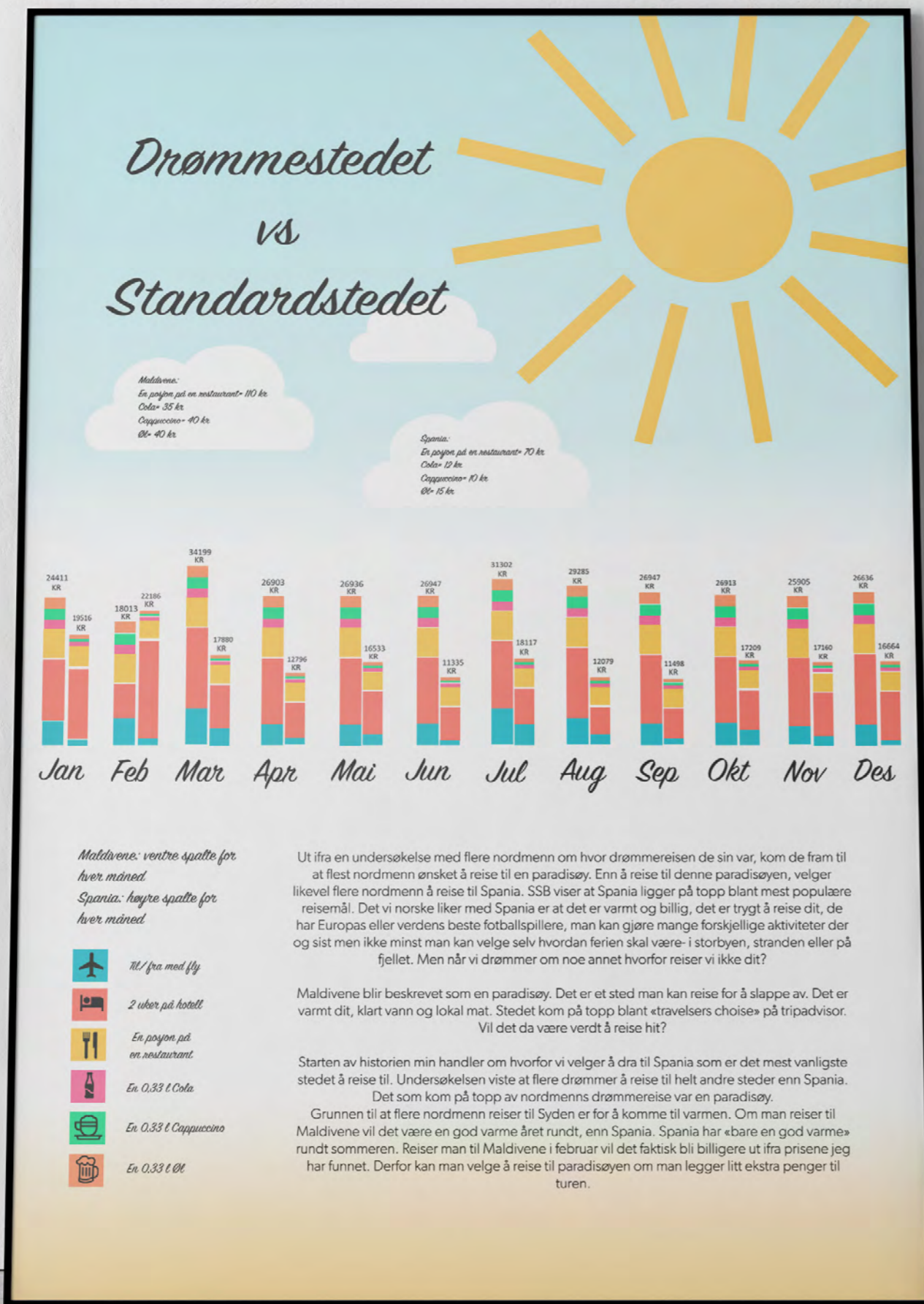
Lærte om ulike begreper og om hvordan man tar i bruk typografi på en god måte når det skal settes opp i bøker og lignende trykksaker. Fikk også økt kunnskap om bruken av diagonale linjer og om Jan Tschichold.

OPPGAVER

- Ta å bruk Indesign til å sette opp tekst og innhold til bøker og lignende. Alt fra riktig bruk av skriftstørrelse, spaltemellomrom, tekst lengde, o.l.
- Skape diagonale linjer på en flate.

PROGRAMMER





HISTORIEFORTELENDE DESIGN

LÆRTE

Lærte hvordan man utvikler et konsept og henter ut relevant informasjon for å underbygge en problemstilling.

OPPGAVER

- Tok i bruk ulike metoder for å underbygge og visualisere en historie i form av ethos, pathos og logos. Elementer som lyd, bilde, bevegelse, data visualisering og lignende kan være med på å forsterke en historie.

PROGRAMMER



Hvordan vise at det er like billig å reise til «paradisøyen» framfor å reise til «standardstedet»

AaBbCcDd
12345678910

Brødtekst

Raleway

Valgt en lett leselig font som tar lite plass med baktanke at plakaten inneholder skulle inneholde mengdetekst

AaBbCcDd
12345678910

Overskrifter og titler

SignPainter

Enkel, men samtidig livlig og organisk.

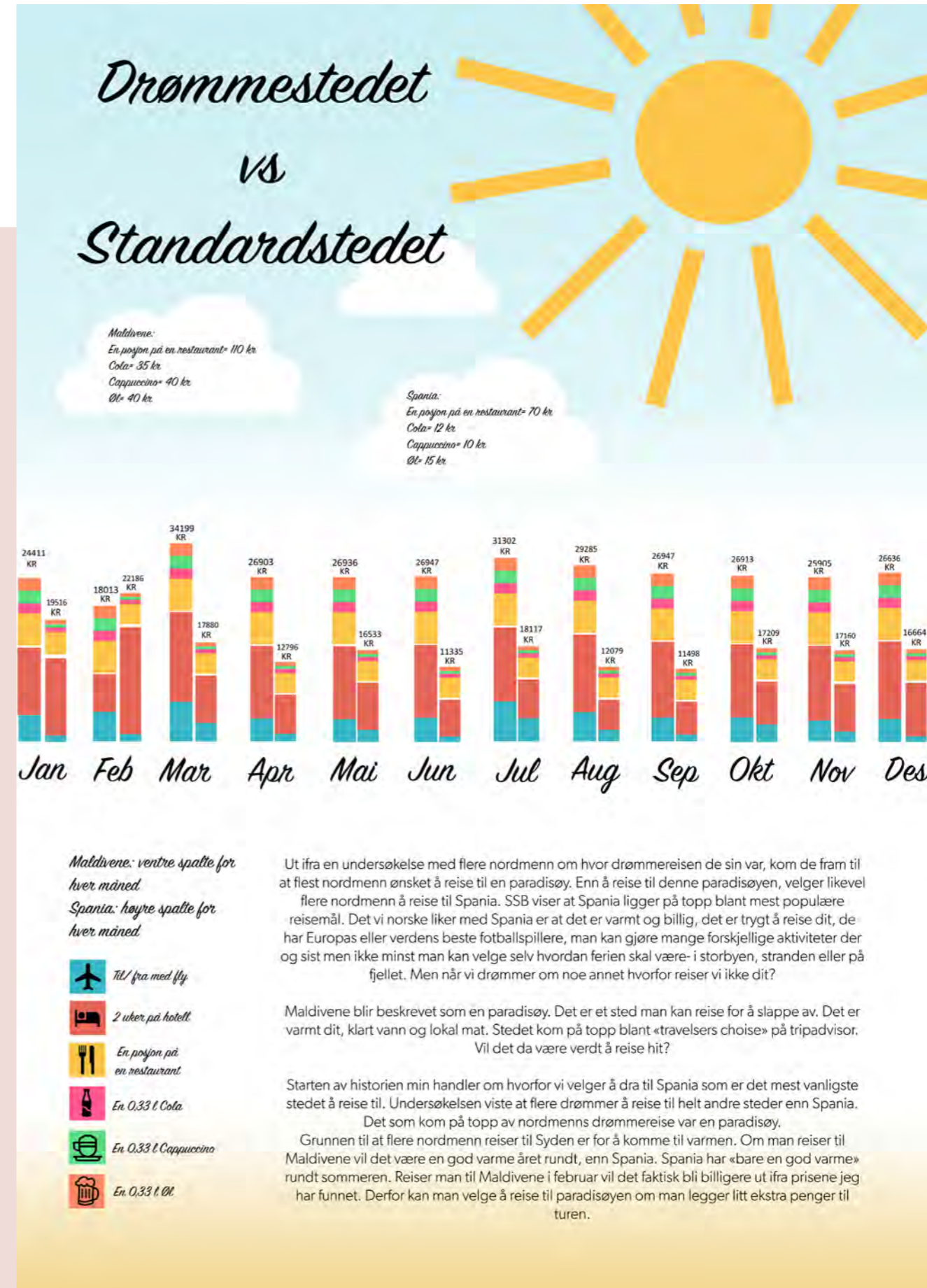
Formen gir en følelse av varme, avslapping og ro.



Fargevalg

Tema: sommerferie

Typiske trekk ved sommeren; blå vann, grønt gress, strek gul som, oransj strand, blå og rosa himmel



REDAKSJONELL DESIGN

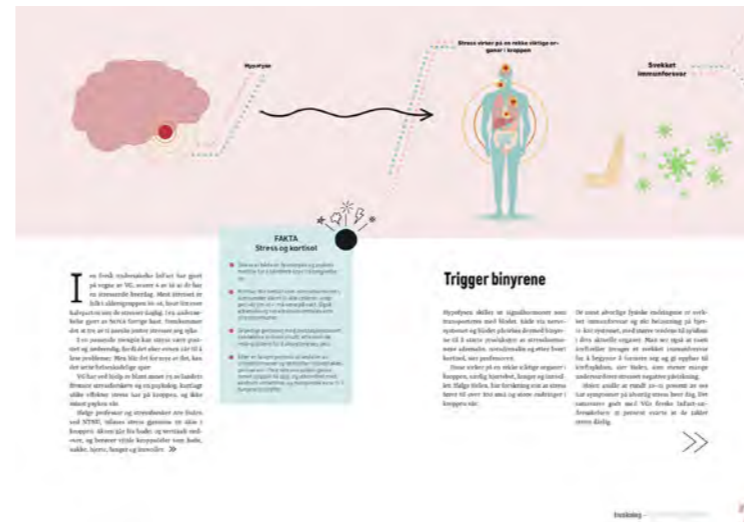
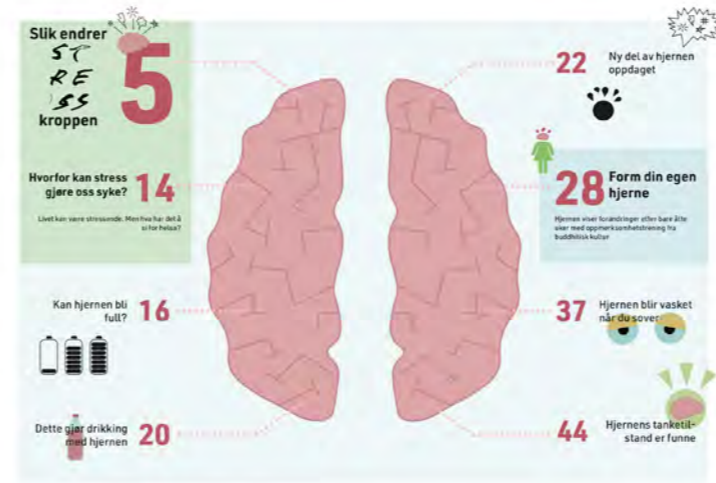
FORMÅL

Et magasin som skal interessere både unge og eldre til å lese. Gir både artikler og informasjon om kroppen på en lettleselig måte med bruk av infografikk og illustrasjoner. Artikkelen ble valgt selv. Hentet fra et magasin.

OPPGAVER

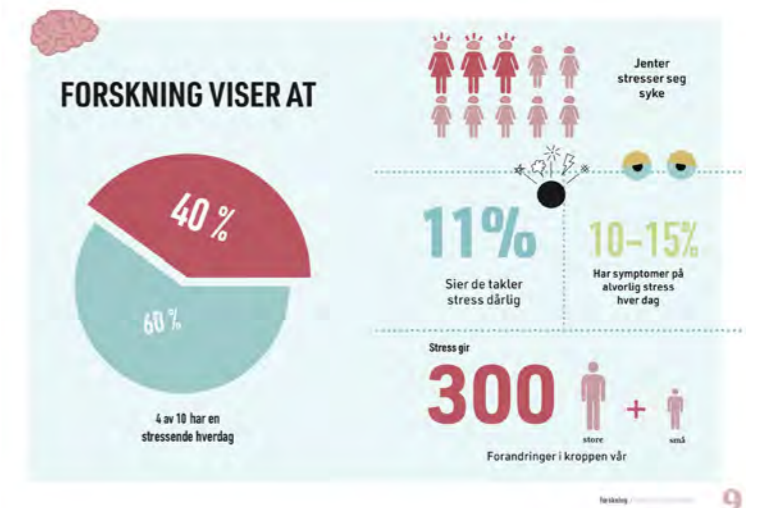
- Utviklet et populærvitenskapelig magasin på ti sider med å ta i bruk data- og informasjonsgrafikk, tekst og bildemateriale, samt andre virkemidler for å skape sammenheng, variasjon og rytme.
- Måtte levere en prosessdagbok for 20 dager og et magasin både på papir og elektronisk.

PROGRAMMER



SLIK ENDREK STRESS KROPPEN

Forskning: 10-15 prosent stresser seg syk. En av 10 har en stressende hverdag. Stress gir 300 forandringer i kroppen vår.



Slik endrer STRESS kroppen 5	
Hvorfor kan stress gjøre oss syke? 14	22 Ny del av hjernen oppdaget
Kan hjernen bli full? 16	28 Form din egen hjerne
Dette gjør drikking med hjernen 20	37 Hjernen blir vasket når du sover
	44 Hjernens tanketilstand er funne

Tema for neste utgave
 • hjerte • muskler •

COVER:
 Illustrasjoner: Pernille Hetland
 Design: Pernille Hetland

Trykk:
 Heyskolen Kristiania printsenter

Papir:
 Omslag: Munken Kristall 170 g/m²
 Innmat: Munken Kristall 120 g/m²

Takk til:
 Erik Bakkelund fra Arctic Paper Norge AS

#4 - 2018
 Pris 79 kr
 [NOK 79]

[Et forskningsmagasin om kroppen]

ACME

Tema for denne utgaven: stress • hjernen •

Se hvor mange som har symptomer stress hver d...

Stress gir 300 forandringer i kroppen vår

Acme



VISUELL IDENTITET

FORMÅL

Skape en restaurant som er lett tilgjengelig, billig og selger sunn mat. Lærte at det var viktig å tydeliggjøre retningslinjer til hva man ønsker å oppnå med den visuelle identiteten og teste ut ulike varianter før endt beslutning tas.

OPPGAVER

- Lage en visuell identitet til selvalg restaurant, samt. lage tre ulike logoer basert på ulike bransjer.
- Prosesdagbok med forklaring på alle valg som er tatt og meny i papirvariant.

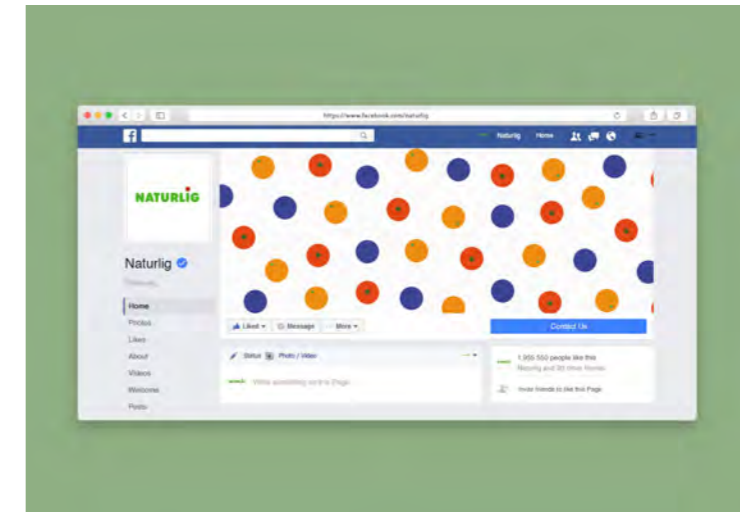
PROGRAMMER



Strategisk design - fiktiv restaurant

«Sunn, enkel hurtigmat til en billig pris»

En designløsning som fremstår visuelt konsistent i alle flater og profilbærere. Naturlig har fokus på rask levering og helsevennlig god mat.



DESIGNERENS SAMFUNNSANSVAR

LÆRTE

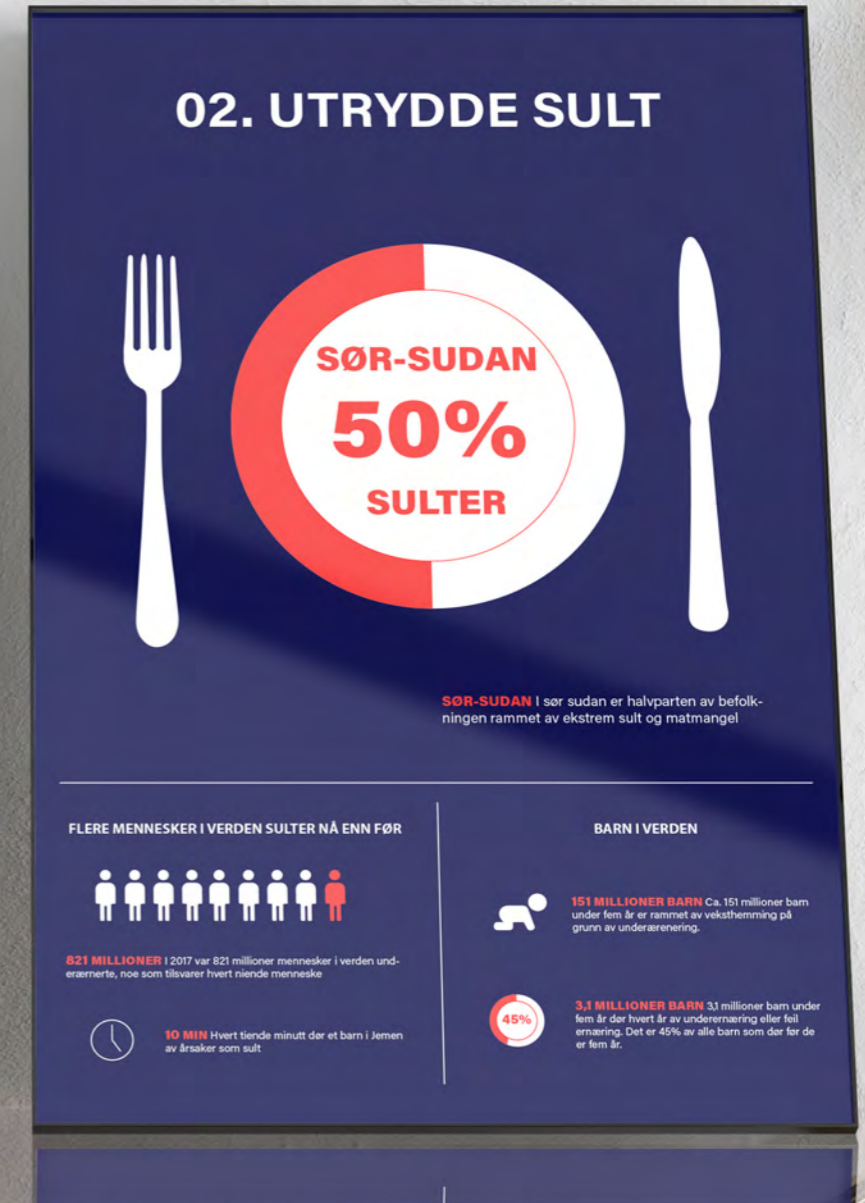
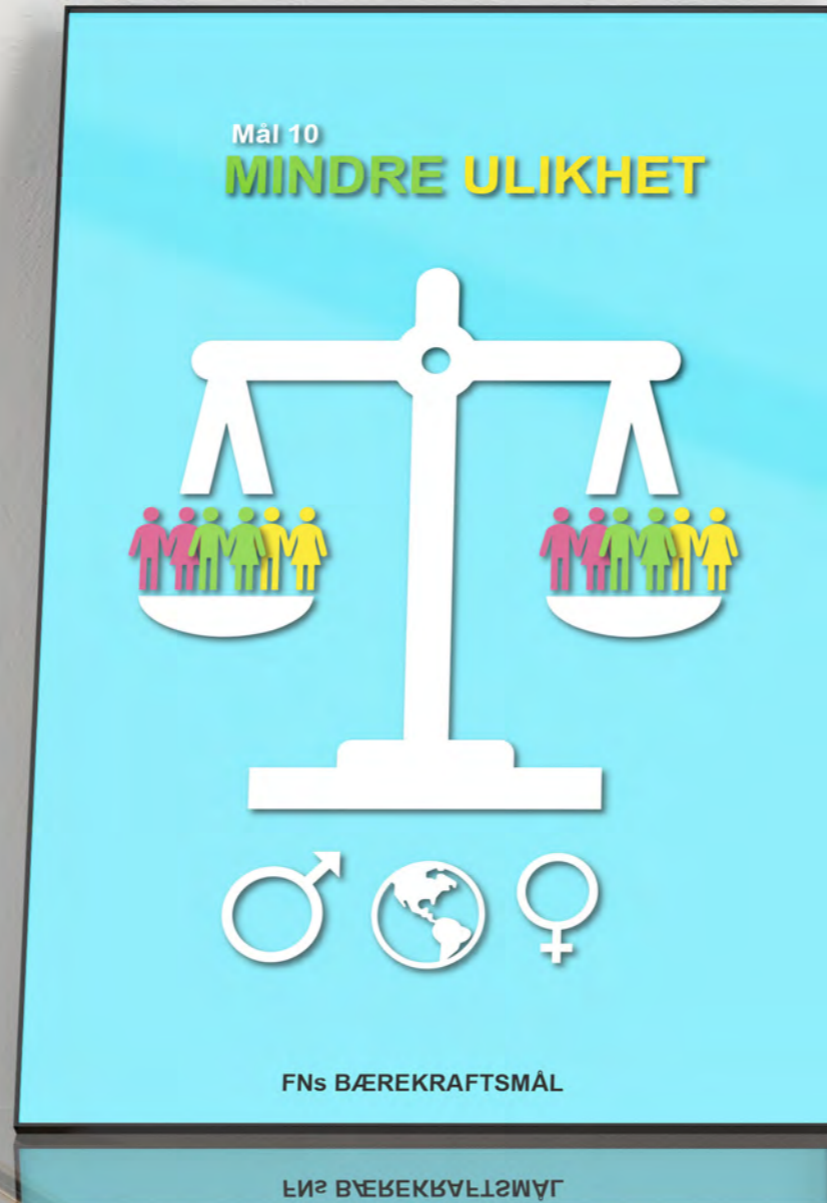
Lærte om hvilket ansvar vi som designere har for verden og samfunnet.

OPPGAVER

Gruppeoppgaver.

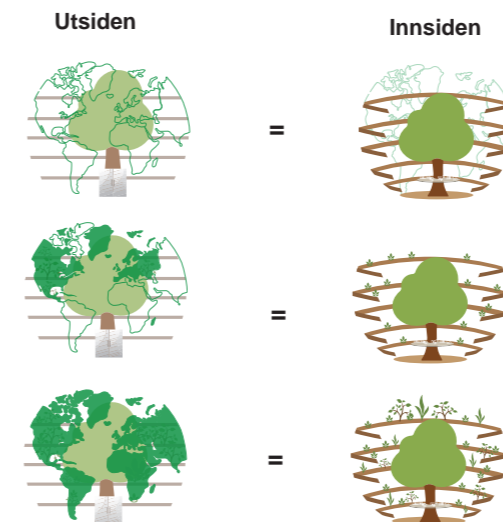
- Designe plakater basert på selvalgt FN bærekraftsmål med bruk av infografikk for å tydeliggjøre målene.
- Skape et produkt basert på FNs bærekraftsmål som gjør mennesker mer bevisste på miljø og bærekraft.
- Dokumentere alle valg underveis.

PROGRAMMER



Hånd i hånd med naturen

«Hvordan gjøre menneskeheten mer bevisste over klimakrisen og kunne være med på å gjøre endringer selv.»



Konseptet vårt går ut på at rommet skal vise kontrasten mellom hvordan vi vil at fremtiden skal se ut, og hvordan verden kan bli hvis man ikke gjør noe med klimakrisen som vi står ovenfor.

Bacheloroppgave

«Hvilken påvirkning kan en enkelt designer ha på utviklingen av bærekraftig design i forbrukermarkedet i Norge i dag?»

Ønske var å skape noe som både vær bærekraftig og nyttig, men også noe som informerer og motivert designere til å skape og jobbe med bærekraft.

Bacheloroppgave

Kompis bærekraft guide

I dag er det mye informasjon rundt bærekraft vi må forholde oss til og mange ønsker å bidra for å skape en bedre verden, likevel kan alt oppleves veldig overbelastende og føles som det gir en begrensning til frihet. Det begrenser fordi vi ikke kan gjøre slik vi ønsker. Noe som ikke er forbundet med glede, frihet, kreativitet, sprengte grenser og ha det gøy.

Derfor har jeg laget denne guiden som skal gjøre arbeidshverdagen enklere for designere, samtidig bringe bærekraft i en positiv retning. Guiden er en hjelper, en støtte, en medspiller, en veiviser og vennlig påminner. Guiden er enkel å følge og ta i bruk.



Ordet kompis er enkelt, avslappet og lavterskel. Det setter stemning, oppleves troverdig og ærlig. Logoen indikerer indirekte vennskap og bærekraft i måten første bokstav omfavner den neste og i hvordan bokstavene henger sammen «tar vare på hverandre».

Ikonene sin hovedoppgave er å kategorisere guiden. De synliggjør designet fra avstand og skal virke som er kvalitetsstempel. Designet er utformet slik at ikonene funker like bra digitalt som fysisk.

Fonten til brødteksten er en grotesk font med åpne og runde former som er gjentakende gjennom hele designet. Den inneholder små detaljer i bokstavene som gir et fint preg og skiller fonten ut fra andre grotesk fonter. For å fremme god lesbarhet og gjøre guiden mer funksjonell, er typografien valgt i ulike tykkelse og størrelse.

Fargeserien skal gjøre det enklere for brukeren å orientere seg. Fargepalettet består av livlige farger som gir motivasjon og glede til å arbeide videre med bærekraft. De består av ulike nyanser for å skape variasjon i guiden.

Militærgrønn
CMYK: 66 / 18 / 92 / 10

Kompis



Font: Aaux Next

Aa Bb Cc Dd abcdefghijk
ABCDEFGHIJK 12345678910



Designet på fritiden

Illustrasjoner

Portretter og par:

Designet etter forespørsler fra venner og bekjente.

«Første date» plakat:

Designet som dekor til hjemmet.

