

NOVEMBER 2023

---

# PORTFOLIO

JOHANNA MARIE PAULSEN

---

SVENDEPRØVE



Discover the most visited attractions in Aarhus, Denmark's second-largest city, and throughout the entire Aarhus Region. You will be surprised by their diversity.



**ARoS Aarhus Art Museum is one of Northern Europe's largest art museums and one of the most visited art museums in Scandinavia. Here you can experience Your rainbow panorama, a spectacular artwork by Olafur Eliasson.**

Enjoy a Michelin experience in Aarhus at AROs Aarhus Art Museum. AROs is the main art museum in Aarhus and one of the largest museums in Northern Europe. On the roof of AROs you can visit the spectacular artwork made of the Danish/Icelandic artist Olafur Eliasson Your rainbow panorama.

**Art from bottom to top**  
In the downstairs area you can enjoy the major special exhibitions, with the 'Nine spaces' presenting international art installations.

On the upper floors house the museum's own collections of art from the 19th century up to the present day.

In Your rainbow panorama you can move around in a 150 meter long, circular panoramic path with 360° views of the surrounding city. AROs has two Michelin-stars in the Michelin attraction's guide.

**ARoS Café & Orangeri**

Kick back and have a delicious bite to eat at AROs' café and orangeri. Enjoy a cup of coffee, have a tasty, light snack or get one of the café's dinner offers after five p.m. on weekdays.

**'The Next Level'**

In 2023, AROs Aarhus Art Museum expands with a new, underground gallery as well as the new giant work of art, 'The Dome, a Skyspace by the American James Turrell.

'The Next Level' contains several elements, and one of them, James Turrell's 'The Dome, is a gigantic 40 metre diamond that allows you to look into the limitless firmament.

# TRYKT PRODUKT

## Typografi & Grafik og Billedbehandling

### Opgaven

VisitAarhus er den officielle turist organisation for Aarhus regionen i Danmark. Organisationen ønsker at forbedre turismen i regionen, og gøre information og guides lettilgængelige for målgruppen. Opgaven består af et trykt magasin om Aarhus regionens fem mest besøgte steder, hvor læseren bliver inspireret og får et overblik over turistattraktioner. Opgaven er fiktiv.

### Kvalitetsvurdering

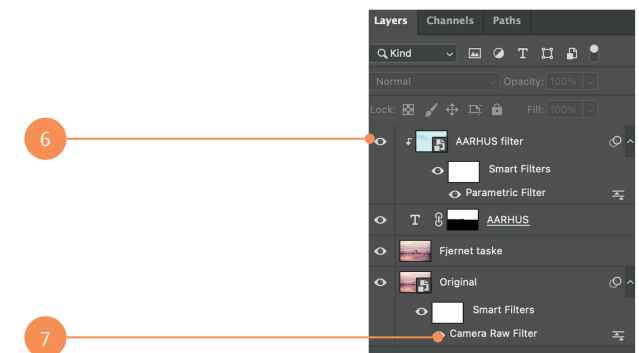
Det kræver strømlinede og effektive processer for at producere et magasin, der også skal kunne anvendes til senere udgivelser. Derfor er det vigtigt at udnytte disse muligheder, og således sørge for at processerne er tydeligt beskrevet, så andre kan anvende dem. Det højner kvaliteten at dette er prioriteret i produktet. Produktets svagheder er manglende prøvetryk og at det varierende layout kan være forstyrrende for nogle.

# TYPOGRAFI



- 1 Indstilling af kolonner for design frihed.
- 2 Figursats skaber luft omkring fritlægningsen. Fritlægningsen 'Path' er overført fra Photoshop.
- 3 Mellemrubrik udregning:  
 $2 \times 13 = 26$   
 $1 \times 13 = 13$   
 Til fordeling = 13 pt  
 $= 10 \text{ pt over}$   
 $3 \text{ pt under}$
- 4 Mellemrubrik indstillet med Next Style -> Brødtekst.
- 5 Automatisk paginering.
- 6 Paragraph styles.
- 7 Master til varierende layouts.
- 8 Justification tilpasses i værdierne, for at undgå floder og horeunger.
- 9 Tilpasset Baseline Grid, så tekstens linjer holder register.
- 10 Indstillinger for orddeling.

# GRAFIK & BILLEDBEHANDLING



1 Ved hjælp af min gemte 'Path' fjernes baggrund ved at invertere min selektion og derefter bruge viskelæderet.

2 Fritlægning med Pen Tool gemmes under 'Paths', så jeg altid kan tilgå den igen og kan anvende den til figursats i InDesign.

3 Resultat af fritlægning.

4 Effekt på teksten med 'Filter' -> 'Parametric Filter'.

5 Fjernet forstyrrende elementer.

6 Lagstruktur for overblik og for at jeg altid kan tilgå mine rettelser og dermed arbejde non-destruktivt.

7 Camera RAW filter anvendes for at arbejde non-destruktivt og til farvejusteringer.

# GRAFIK & BILLEDBEHANDLING

8



9



10



11



12



13



8 Anvendte billeder før sammenkopiering.

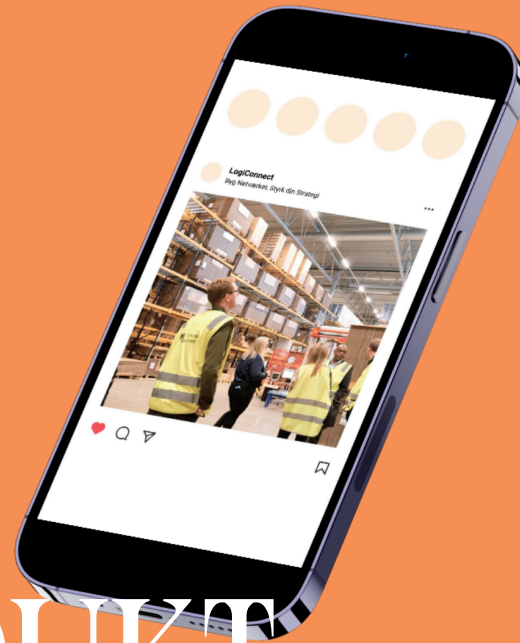
9 Får fritlægges med 'Pen Tool'.

10 Med en 'Layer Mask' og 'Brush Tool' placerer jeg fåret bag buskadset. Farve og lys justeres med 'Levels' og 'Color Balance'.

11 Med 'Lasso Tool' markerer jeg rundt om personen for at få min selektion. 'Clone Stamp Tool' anvendes for at fjerne personen.

12 Resultat af sammenkopiering.

13 Fjernet forstyrrende elementer med 'Content Aware Fill'.



# DIGITALT PRODUKT

## Grafisk Design & Grafisk Produktionsforståelse

### Opgaven

Virksomheden Apport Systems, en softwarevirksomhed, har opsat en ny målsætning om at tiltrække flere personer til virksomhedens årlige netværksarrangement for personer indenfor lager- og logistikbranchen. Derfor blev opgaven stillet om at producere nyt markedsføringsmateriale til promovning i 2024, som gerne måtte være et redesign. Opgaven indebærer et nyt navn for arrangementet, logo og farver som skal anvendes i videomateriale til promovning på sociale medier.

### Kvalitetsvurdering

Video er en værdifuld form for kommunikation, fordi det skaber højt engagement hos seerne sammenlignet med billeder og tekst, hvilket er produktets styrke. Produktionsmæssigt kræver en videoproduktion øje for flere ting for at få success, og dette kan være én af svaghederne. Dette fordi det kan være dyrt og tidskrævende hvis man ikke er velforberedt.

# GRAFISK DESIGN

1



2

## MINI TREATMENT

### Sekvens 1

Vi ser et stort lager. Kameraet følger personerne bagved på lageret i total-shot. Mix af nærbilleder og total.

### Sekvens 2

Temposkift, hvor vi ser mere video ude fra lageret i forskellige 'shots'.

### Sekvens 3

Forskellige vinkler af oplægsholdere der taler samt deltagere der er i dialog og giver klapsalver. Glad og positiv stemning.

### Sekvens 5

Outro. Billedet fader ud i et 'blur' og logo samt payoff 'byg netværket, styrk din strategi' fader ind.

1

Moodboard for videoens udtryk. Videoen skal tydeligt vise at vi befinder os inden for logistikbranchen, og yderligere fokusere på netværk.

2

Mini treatment.

# GRAFISK DESIGN

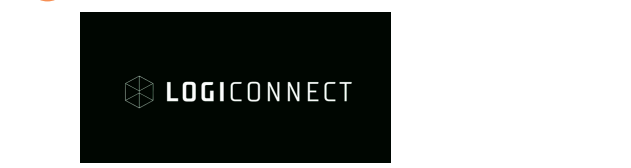
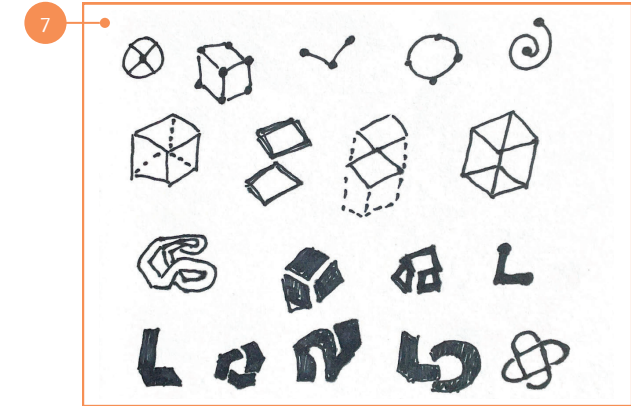
- 3
- "SupplyChain Synergy Summit"
  - "Logistics Link-Up"
  - "Warehouse Wizards Gathering"
  - "Cargo Confluence: Networking for Logisticians"
  - "LogiNexus: Bridging Warehouse Worlds"
  - "Logistics Leaders Exchange"
  - "Warehouse Networking"
  - "LogiMingle"
  - "Pallet Palaver: Logistics Networking Event"
  - "Warehouse Wonders Symposium"
  - "Logistics Fusion Forum"
  - "Supply Chain Social"
  - "LogiConnectivity: Where Warehouse Minds Meet"
  - "LogiProsper: Networking for Logistics Success"
  - "Warehouse Wisdom Exchange"
  - "Logistics Linking Lounge"
  - "LogiMeet: The Logistics Mixer"
  - "LogiConnect: The Logistics Link-Up"
  - "Logistics Link-Up: Where Professionals Connect"
  - "Logistics Leaders Exchange: Networking Event"
  - "Logistics Fusion Forum: Connecting Minds"

4

VÆRDIER	INSPIRATION
Faglig Excellence Samarbejde & Netværk Innovation Bæredygtighed Deling af Værdi Globalt Perspektiv	Forbundethed Modig Logistik Netværk Moderne Samarbejde

5

<b>LOGICONNECT</b>	LogiConnect	LogiConnect
<b>LogiConnect</b>	LogiConnect	LOGICONNECT
LogiConnect	<b>LogiConnect</b>	LogiConnect
<b>LogiConnect</b>	LOGICONNECT	LogiConnect
LogiConnect	LogiConnect	LogiConnect
<b>LogiConnect</b>	<b>LogiConnect</b>	LogiConnect
LogiConnect	LogiConnect	LogiConnect
<b>LogiConnect</b>	LOGICONNECT	<b>LogiConnect</b>
LogiConnect	<b>LogiConnect</b>	LogiConnect
<b>LogiConnect</b>	LogiConnect	<b>LOGICONNECT</b>
<b>LogiConnect</b>	LogiConnect	LogiConnect
LOGICONNECT	LogiConnect	LogiConnect
<b>LogiConnect</b>	LogiConnect	LogiConnect



3 Idéer til navn.

4 Værdier og inspiration udarbejdet i samarbejde med virksomheden.

5 Idéudvikling til navnetræk, hvor flere forskellige fonte afprøves.

6 En visualisering af målgruppen for kampagnen, som er lagerchefer og koordinatore i alderen 30-58 år, der har interesse i at sparre med andre om logistik.

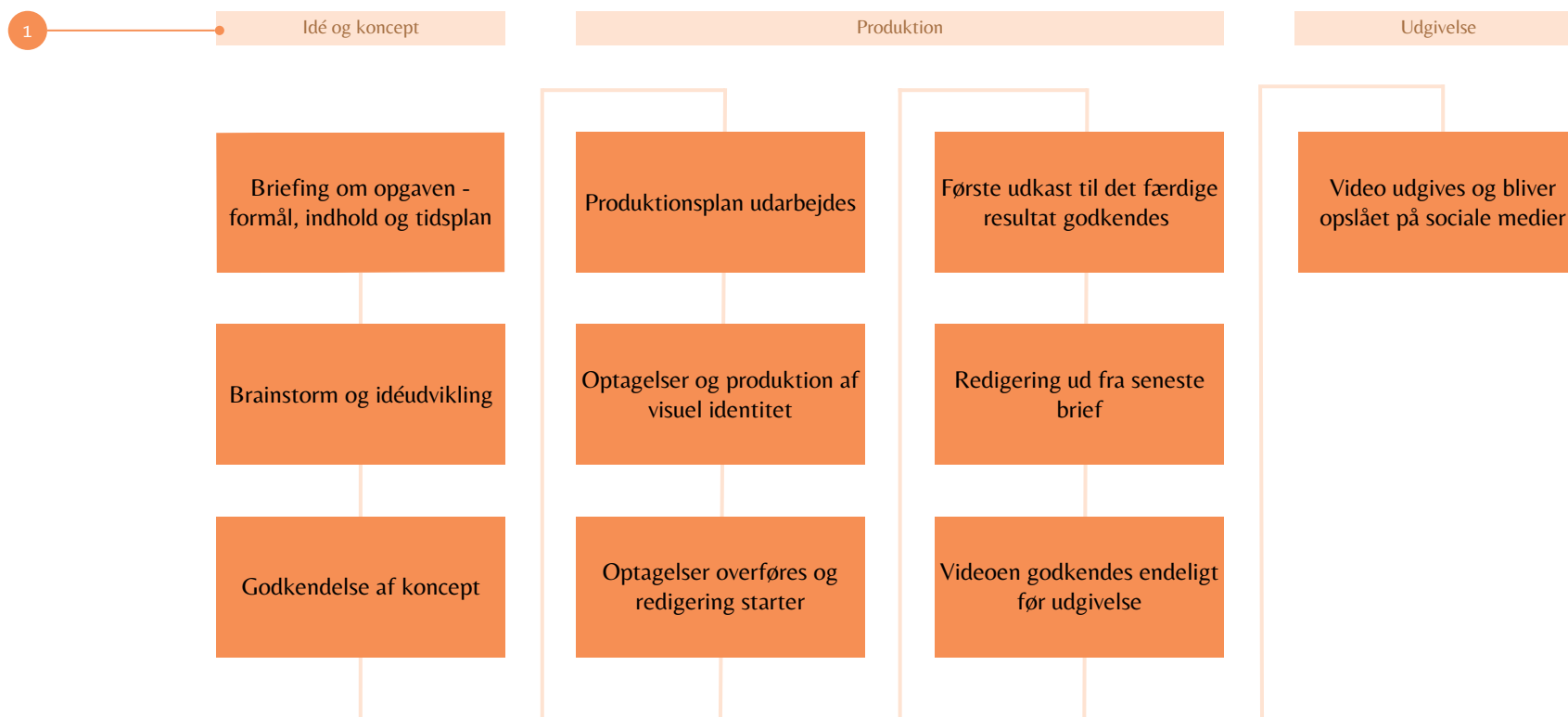
7 Skitser og idéudvikling til bomærke.

8 Det færdige logo.

8 Farver.

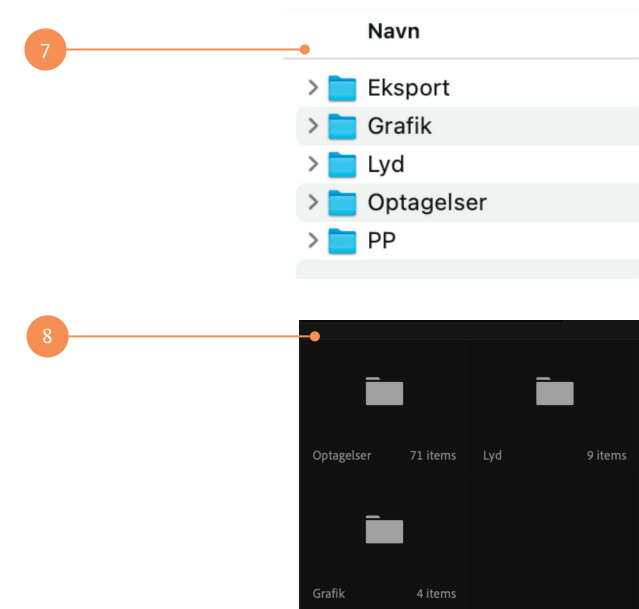
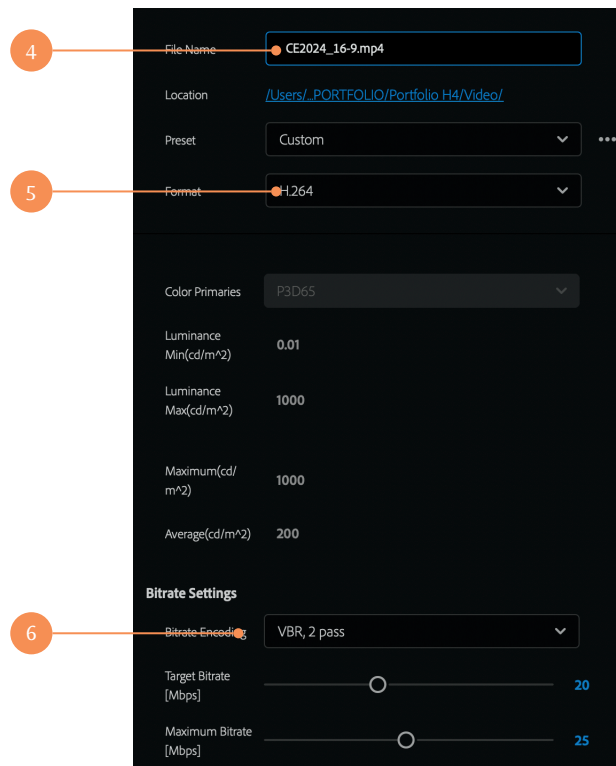
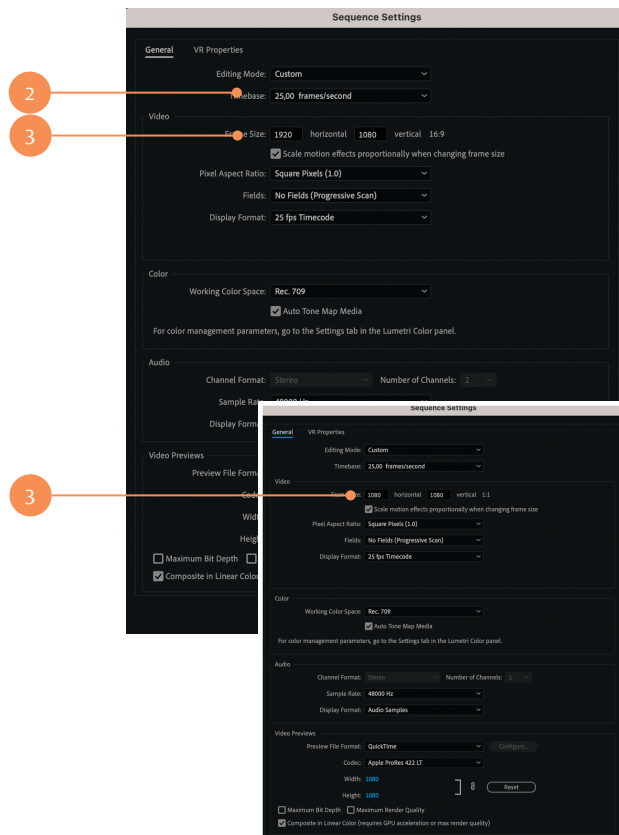


# GRAFISK PRODUKTIONSFORSTÅELSE



- 1 Det grafiske produktionsflow og plan. Dette øger effektiviteten, skaber overblik og betyder at man undgår flaskehalse.

# GRAFISK PRODUKTIONSFORSTÅELSE



- 2 Indstilling af Frames Per Second (fps) således at de stemmer med kameraets indstillinger.
- 3 Indstilling af det ønskede højde og bredde forhold. Da videoen skal udgives på forskellige platforme, skal den eksporteres i to versioner.

- 4 Logisk navngivning af filen for genkendelighed og struktur.
- 5 Filformat.

- 6 Bitraten er indstillet ud fra at den ønskede kvalitet opnås uden at filen bliver for stor.
- 7 Mapestruktur for at der bliver holdt orden og overblik.

