

Undervisningsbeskrivelse for faget/fagene

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	juni 2023
Institution	Merkurs plads
Fag og niveau	• Kommunikation og it A
Lærer	Hans Arne Niclasen
Hold	KOM/IT 2023 A

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Digitalt Escape Room
Titel 2	Tre minutters interview
Titel 3	Målgruppeanalyser
Titel 4	Rettigheder
Titel 5	Filmgenrer
Titel 6	Kampagner
Titel 7	Study in Nyk
Titel 8	Fri opgave
Titel 9	Godt og dårligt design
Titel 10	Grafisk Design
Titel 11	Branding og Markedsføring
Titel 12	Viral videokampagne
Titel 13	Rebrand et politisk parti
Titel 14	Højskoleopgave
Titel 15	Repetition Grafisk Design
Titel 16	Eksamensopgave

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

Titel 1	Digitalt Escape Room
Indhold	<u>Kernestof</u>

- digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
- digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv
- etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- produktudvikling og –test: brugertests
- produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen
- produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier
- produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer
- design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation
- design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign
- brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet
- brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
- kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn

	• kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u>
Omfang	8 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software • produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation

	• forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:design og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • forundersøgelse og –analyse:identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation • produktion og evaluering:anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og slutttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassedialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Ekskursion • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Studietur
Titel 2	Tre minutters interview
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: brugertests

	• produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Moe et al: Kommunikation og IT A, systime e-bog, kap.10
Omfang	4 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • forundersøgelse og –analyse: identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation • produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces

Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassedialog • Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde
Titel 3	Målgruppeanalyser
Indhold	<u>Kernestof</u> • etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv • brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation <u>Anvendt litteratur</u> Moe et al: Kommunikation og IT A, systeme kap 4
Omfang	0 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• forundersøgelse og –analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation

	• forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:design og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • forundersøgelse og –analyse:identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation • produktion og evaluering:anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassesdialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning
Titel 4	Rettigheder
Indhold	<u>Kernestof</u> • etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber

	<u>Anvendt litteratur</u> Moe et al: Kommunikations og IT A, systime e-bog, kap 12
Omfang	1 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere
Arbejdsformer	• Tavleundervisning
Titel 5	Filmgenrer
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Moe et al: Kommunikations og IT A, systime e-bog, kap 10
Omfang	6 lektioner á 90 min.

Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software • produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter • forundersøgelse og –analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og slutttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassedialog • Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Virtuel undervisning
Titel 6	Kampagner
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv

	• etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: brugertests • produktudvikling og –test: forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi • produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign • brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
--	--

	• kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Moe et al: Kommunikations og IT A, systime e-bog, kap 6
Omfang	10 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software • produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse

	• forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:design og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • forundersøgelse og –analyse:identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation • produktion og evaluering:anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og slutttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassedialog • Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Virtuel undervisning
Titel 7	Study in Nyk
Indhold	<u>Kernestof</u> • supplerende stof • digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer

- digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv
- etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- produktudvikling og –test: brugertests
- produktudvikling og –test: forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi
- produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen
- produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier
- produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer
- design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper
- design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer
- design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation
- design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign
- brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet
- brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen

	• brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Moe et al: Kommunikations og IT A, systime e-bog, kap 6, 7, 9, 10
Omfang	10 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software • produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter

	• produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:design og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • forundersøgelse og –analyse:identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation • produktion og evaluering:anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassesdialog • Praktisk arbejde • Gruppearbejde • Individuelt arbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning • Virtuel undervisning
Titel 8	Fri opgave

Indhold	<u>Kernestof</u>
	• digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: brugertests • produktudvikling og –test: forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi • produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign

	• brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan • kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Moe, Fenger-Grøn, et al: Kommunikation og IT A, systime e-bog, kap.1-12
Omfang	5 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software

	• produktion og evaluering:reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • produktion og evaluering:forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:design og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • forundersøgelse og –analyse:identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation • produktion og evaluering:anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Klassesdialog • Praktisk arbejde • Gruppearbejde

	• IT-baseret arbejde • Klasseundervisning • Projektarbejde
Titel 9	Godt og dårligt design
Indhold	<u>Kernestof</u> • design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation <u>Anvendt litteratur</u> Moe, Fenger-Grøn et al: Kommunikation og IT A, systime e-bog, kap 7
Omfang	1 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software • forundersøgelse og –analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse
Arbejdsformer	• Ekskursion
Titel 10	Grafisk Design
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer

	• design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergænseflader og interaktionsdesign • kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Moe, Fenger-Grøn et al: Kommunikation og IT A, systime e-bog, kap 4
Omfang	4 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software • produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Tavleundervisning

	• Klassesdialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning
Titel 11	Branding og Markedsføring
Indhold	<u>Kernestof</u> • supplerende stof • digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: brugertests • produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer

	• design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign • brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Moe, Fenger-Grøn et al: Kommunikation og IT A, systime e-bog, kap 1-12, Eksamensprojektet
Omfang	4 lektioner á 90 min.

**Særlige
fokuspunkter**

- produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen
- produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software
- produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter
- produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere
- produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter
- produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering
- forundersøgelse og –analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse
- forundersøgelse og –analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation
- forundersøgelse og –analyse: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen
- forundersøgelse og –analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder
- forundersøgelse og –analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen
- forundersøgelse og –analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder
- forundersøgelse og –analyse: identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation
- produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne

	kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassesdialog • Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning • Projektarbejde
Titel 12	Viral videokampagne
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: brugertests • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergænseflader og interaktionsdesign • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen

	• brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u>
Omfang	5 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software • produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen

	mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:design og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • forundersøgelse og –analyse:identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation • produktion og evaluering:anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Klassesdialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Elevdiskussion • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde
Titel 13	Rebrand et politisk parti
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter

	• produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign • brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet • brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Moe, Fenger-Grøn et al: Kommunikation og IT A, systime e-bog, kap 2-10
Omfang	5 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af

	relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software • produktion og evaluering:reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • produktion og evaluering:forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:design og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • forundersøgelse og –analyse:identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation • produktion og evaluering:anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og slutttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Tavleundervisning

	• Klassesedialog • Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning • Projektarbejde
Titel 14	Højskoleopgave
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: brugertests • produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign

	• brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u>
Omfang	5 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software

	• produktion og evaluering:reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • produktion og evaluering:forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:design og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • forundersøgelse og –analyse:identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation • produktion og evaluering:anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Foredrag • Tavleundervisning • Klassesdialog

	• Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde
Titel 15	Repetition Grafisk Design
Indhold	<u>Kernestof</u> • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation <u>Anvendt litteratur</u>
Omfang	1 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software • produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering

	• forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • produktion og evaluering:anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassesdialog • Praktisk arbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning
Titel 16	Eksamensopgave
Indhold	<u>Kernestof</u> • supplerende stof • digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: brugertests • produktudvikling og –test: forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi • produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen

- produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier
- produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer
- design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper
- design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer
- design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation
- design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign
- brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet
- brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
- brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation
- brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
- kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn
- kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan
- kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation

	kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Moe, Fenger-Grøn et al: Kommunikation og IT A, systime e-bo
Omfang	20 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	- produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen - produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software - produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter - produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere - produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter - produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering - forundersøgelse og –analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse - forundersøgelse og –analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation - forundersøgelse og –analyse: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen - forundersøgelse og –analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder

	• forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • forundersøgelse og –analyse:identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation • produktion og evaluering:anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og slutttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassedialog • Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning