

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	August/juni 21/22 samt 22/23
Institution	CELF
Uddannelse	HTX
Fag og niveau	Kommunikation og IT A
Lærer(e)	Siff Skovenborg
Hold	21tx3koa

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb (64 lektioner af 45 min)

Titel 1	Formidling – tværfagligt forløb dansk og kom/it
Titel 2	Kampagne misbrug – tværfagligt forløb med biologi
Titel 3	Videoreklame med ekstern afsender
Titel 4	Design teori og analyse
Titel 5	Hjemmesider, browsere og cookies
Titel 6	Game-app – fortsætter på 3. år
Titel 7	Game-app – kodning og slutevaluering
Titel 8	Designmanual
Titel 9	Højskolekampagne med ekstern afsender
Titel 10	Mundtlighed – sprog, krop og formidling
Titel 11	Eksamenforløb med case

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 1	Formidling – tværfagligt forløb dansk og kom/it
Indhold	Skriv en kort klima-tale, optag den og producer en kort dokumentaristisk film om talen. • Grundformer indenfor dokumentargenren • Filmiske virkemidler (Ide-proces og valg af format og genre, Brug af synopsis, storyboard og manuskript, Fortælling, karakterer og brug af symbolik, Afstand til motiv/billedbeskæring, Kameraperspektiv, Kamerabevægelser, Frames – opbygning af klip/scener, Scenografi: Lokation og komposition, Lyd, Fortælleren, Gode råd til brug af smartphone til optagelser af sig selv og til dokumentarfilm, Klipping af film) • Optagelse med mobil • Valg af editor til videoklipning • Løbende test i en iterativ proces (vandfald versus iteration, Formativ og Summativ evaluering, Ekspertevaluering, Heuristisk evaluering og bruger-evaluering, usabilitytest på low, mid- og hi-fi prototype) Litteratur: Ind i dansk - https://indidansk.dk/spillefilm-genretraek Mediefag blogs - https://mediefagsydkysten.wordpress.com/tag/filmens-praemis/ https://www.youtube.com/watch?v=gkQDdS2m7AQ Kamerabevægelser: https://www.youtube.com/watch?v=gkQDdS2m7AQ Composition + Framing - Storytelling with Cinematography: https://www.youtube.com/watch?v=MflanZimZR8&ab_channel=DSLRLguide 3 tips til at undgå den kedelige snakkevideo: https://www.youtube.com/watch?v=PaHVAZJK7-U&ab_channel=MobilvideoforDummies Lydspor og dækbilleder: https://www.youtube.com/watch?v=Rb9QxfbrvE4&ab_channel=APDKursus Filmcentralen - klippetempo: https://filmcentralen.dk/grundskolen/filmsprog/klippetempo Mediefag blogs - Editering: grundlæggende principper i filmklip: https://mediefagsydkysten.wordpress.com/2017/11/12/editering-grundlaeggende-principper-i-filmklip/
Omfang	17 lektioner af 45 min
Særlige fokuspunkter	• Tværfaglighed • Produktudvikling • Performance • Skrivning af metatekst • Præsentation af film og punkter fra metatekst
Væsentligste arbejdsformer	Indlagt emneundervisning, praksisøvelser, gruppearbejde
Titel 2	Kampagne misbrug – tværfagligt forløb med biologi

Indhold	Udvikling af en oplysningskampagne med afsæt i Sepstrups metode til kampagner. Valg af 1-2 relevante produkter: Film/animation, artikel, plakat, app eller hjemmeside, som passer til målgruppen og hvor det skal distribueres (medievalg) • Typer af kampagner (Reklame, Politiske, Hverve-, Image-, Oplysning- eller information) • Kampagnens målsætning • B/R-matrix • Primær, sekundær og tertiær målgruppe • Personaer (Quick and dirty, classic, Co-designed persona, interviewbased) • Etik og love i kommunikation (ophavsret/copyright, creative commons og public domain) • Designudvikling (vandfald/iteration, scenarier, sketch, prototype, mock-up, designprocessen, use case, evaluering) Litteratur: • Kapitel 6 – 6.8 i iBogen Kommunikation og it A. https://kommita.systime.dk/?id=185 • Målgruppens medieforbrug og vaner – gennem Danmarks statistik https://www.dst.dk/da/informationsservice/oss/mediebrug • Gallup og AIM Nielsen osv https://danskemedier.dk/medieverden/danskernes-medieforbrug-kortlagt-2/ • fordele og ulemper ved de forskellige medieplatforme – læs kap 6.7 i kom/IT-bogen https://kommita.systime.dk/?id=326
Omfang	34 lektioner af 45 min
Særlige fokuspunkter	• Tidsplan med Gannt • Mediestrategi med platforme, tidsplanlægning, kontakter og budget • Etik og love
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, gruppearbejde, brainstorm, fremvisning af proces, brug af metoder og produkt samt arbejdet med hvert trin af Sepstrups metode med en individuel powerpointpræsentation, der optaget på screencast-o-matic

Titel 3	Videoreklame med ekstern afsender
Indhold	Kick-start videokonkurrence – max 1 minut – i samarbejde med elever fra erhvervsuddannelserne
Omfang	6 lektioner af 45 min
Særlige fokuspunkter	• Samarbejde med ekstern opdragsgiver • Samarbejde med produktudviklerne • Storyboard • Feedback fra produktudviklere
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, gruppearbejde, samarbejde med ekstern opdragsgiver

Titel 4	Designteori og -metode
Indhold	Lav en CELF HTX plakat med brug af designteori og brug af displaytypografi ▪ Designprincipper ▪ Balance ▪ Variation gennem brug af former ▪ Variation gennem brug af rytme og tempo ▪ Variation gennem brug af farver – kulør, valør, kontraster og farveskemaer ▪ Farvepsykologi ▪ Typografi ▪ AIDA og gestaltlovene, Webers lov – overblik Litteratur Fenger-Grøn, Anna et al (2021): Kommunikation og it A. Systime. kap. 4.7, 4.8, 7.6 samt leksikonets afsnit om Farvesystemer og Farveteori Opus Web design (2016): Principles of Design http://www.onlinedesignteacher.com/2015/11/design-principles_69.html Bazen.talks: Design Tip - Rhythm in design: https://dribbble.com/shots/16024407-Design-Tip-Rhythm-in-design
Omfang	8 lektioner af 45 min
Særlige fokuspunkter	• Designforståelse • Valg og brug af billedbehandlingsprogram
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, individuelt arbejde, fremlæggelse med faglige begrundelser

Titel 5	Hjemmesider, browsere og cookies
Indhold	• bit, byte og Ascii-tabellen • Hvordan virker internettet • Browsere og udvidelser • Målgrupper Conzoom • Tracking, cookies • Algoritmer - flowdiagram • Kodning af cookie i php • Forundersøgelse – markedsanalyse konkurrenters hjemmesider • Kiss og Hicks lov • Brugervenlighed (Navigation, Layout – balance, brug af former og rytme samt gestaltlove, Typografi, farver og kontraster, Logo/branding, Indhold), designprincipper (Visibility og feedback, Consistency, Familiarity, Affordance, Mapping) og usability (Efficient og effective, Let at lære, Sikker og God brugbarhed) • Skitser og prototyper – low-, mid- og hi-fi

	• Brugertest (tænke-højt, Wizard of Oz, Rapid prototyping) Litteratur: https://conzoom.dk/danmark/ Tænke-højt https://www.youtube.com/watch?v=yJAZXAU7gek&t=48s&ab_channel=DrGingery og Wizard of Oz prototyping sammen– se video https://www.youtube.com/watch?v=LzWuGYHqAAQ&ab_channel=JenishMaharjan eller rapid prototyping – se video: https://www.youtube.com/watch?v=JMjozqJS44M&ab_channel=GoogleforStartups
Omfang	18 lektioner af 45 min
Særlige fokuspunkter	• Procesbeskrivelse • Produktudvikling med samspil mellem proces, design og målgruppe
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, flipped classroom, gruppearbejde, fremlæggelse

Titel 6	Game-app – fortsætter på 3. år
Indhold	Lav et freemium-spil til en app til en selvvalgt målgruppe. I skal forholde jer til spilgenre/spillertyper, beskrive hvordan I vil arbejde agilt/iterativt og lav derefter en tidsplan med fokus på hvilke typer af test (eksepert-evaluering, heuristisk inspektion eller brugerinddragelse/test) I vil lave når I skal lave low-, mid- og hi-fi versioner af jeres apps. Vælg en segmenteringsmodel og argumenter uddybende på valg af målgruppe til rapport. I skal arbejde med co-design og interview og samskabe med målgruppen ud fra en selvvalgt ideudviklingsmodel og skabe co-designed personaer. Ud fra kravsspecifikationen til spillet, skal I bygge jeres spil op og indtænke interaktionsdesign, hvor I beskriver jeres overvejelser om sammenhæng mellem målgruppen, konteksten og formen på designet samt virkemidler. Forhold jer også til hvilke opgaver, der er for jer i hhv frontend, backend og databasen i forhold til jeres app og vis flowdiagram. Gennemgå low-, mid- og hi-fi prototyper og beskriv testning, resultater og justeringer. Beskriv processen med at kode og vis løbende billeder. Lav løbende test af spillet og beskriv testmetode, resultater og justeringer samt vis endelige resultat og evaluer slutproduktet samt vis endelige resultat og evaluer slutproduktet • Indledning spilvirksomhed, spilgenre og spillertyper • Markedsforhold, analyse af lignende spil • Udviklingsmodeller og testning/evaluering • Målgruppevalg (segmentering – minerva, gallup og conzoom), kvalitativt interview med målgruppen og samdesign af ideer/skitser - personaer • Idegenerering - KIE – Det kreative, innovative og entreprenante rum • Åbne-lukke modellen – udfordring, Åbnefasen, Overblikfasen, lukkefasen og Handling • kravsspecifikationer og test af ide med målgruppen • Valg af interaktionsdesign, vælg relevant designteori og virkemidler i spil • Arkitektur i programmer og modellering – flow- og strukturdiagrammer • Prototyper • Kodebegreber Variabler, if-else, statements og funktioner • App-træningsopgave

	Litteratur: https://informatikforalle.ibog.forlagetcolumbus.dk/?id=p278&loopRedirect=1 Game sutra https://bliv-klogere.ibc.dk/index.php/laerebog-til-emne-1-kapitel-1-til-6/ http://htx-elev.ucholstebro.dk/wiki/index.php?title=Heuristisk_inspektion Tænke højt test https://youtu.be/iHX21OkIJsQ Wizard of Oz – paper prototyping https://youtu.be/AFJu0_Mk96Y https://help.marvelapp.com/hc/en-us/articles/360002536038 http://www.kie-modellen.dk/ https://innovation.sites.ku.dk/model/abne-lukke-modellen/ udfordring https://innovation.sites.ku.dk/metode/vaer-problemet/ Åbnefasen https://innovation.sites.ku.dk/metode/good-ideas-vs-bad-ideas/ Overblikfasen https://innovation.sites.ku.dk/metode/ideudvaelgelse-clustering-af-stort-antal-ideer/ Lukkefasen https://innovation.sites.ku.dk/metode/changeboards-et-visuelt-vaerktoj-2/ Handling https://innovation.sites.ku.dk/metode/pitch/ Kravsspecifikation https://bluebell.dk/saadan-laver-du-en-kravspecifikation Kjeldskov, Jesper (2014): Mobile interactions in context: a designerly way towards digital ecology. Fra rapporten: Analyse af børn og unges køb i virtuelle verdner Hjernens belønningssystem fra bogen Psykologiens veje af Ole Schultz Larsen, Systime (2019) Arkitektur i programmer: https://bliv-klogere.ibc.dk/index.php/laerebog-til-emne-1-kapitel-1-til-6/ Flow og strukturdiagrammer - https://informatik.systime.dk/index.php?id=1010#c3614 Variabler: https://youtu.be/ghCbURMWBD8 If-else https://youtu.be/HQ3dCWjfRZ4 Statements og funktioner https://youtu.be/l26oaHV7D40
Omfang	14 lektioner af 45 min
Særlige fokuspunkter	• Marvel prototyping • Iterativ proces • Afprøvning af tænke-højt test med videooptagelse • Use-opgave
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, Gruppearbejde, fremlæggelse

Titel 7	Game-app – kodning og slutevaluering v/Hans Arne Niclasen (vikar pga sygdom)
Indhold	Fortsat fra titel 5 - Lav et freemium-spil til en app til en selvvalgt målgruppe • Kodning af spillet • Slutevaluering Litteratur: fra forrige forløb

Omfang	24 lektioner af 45 min
Særlige fokuspunkter	• Kodning • Slutevaluering
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, Gruppearbejde

Titel 8	Designmanual
Indhold	Lav en designmanual med logodesign til din spilvirksomhed • Beskrivelse af afsender • Analyse af designmanualer og afsenders designmæssige afsæt • Beskrivelse af målgruppe • Former og farvers psykologi i logodesign – analyse af forskellige logodesign • Farvers kulturbestemthed og farvelære • Gestaltlove • BOV • Æstetik • Forgrund, mellemgrund, baggrund og horisontlinje • AIDA Litteratur: Fenger-Grøn, Anna et al (2021): Kommunikation og it A. Systime. Kap 7 Schjölberg, Ulla Gjeset (2016): Hvordan påvirker farver os? Videnskab.dk Pedersen, Kim & Birkvig, Henrik (1994): Grundbog i grafisk design. Grafisk Litteratur (s. 22-26) Birkvig, Henrik (2004): Sådan laver du smukkere grafisk design - grundbog i grafisk formålære. Grafisk Litteratur (s. 10-14 og 58-68 samt 88 og 91) Video: Ittens Farvelære https://www.youtube.com/watch?v=AahW5HsAafQ&t=1s&ab_channel=Billedkunst
Omfang	24 lektioner af 45 min
Særlige fokuspunkter	• Blikfang, Webers lov og prægnans/figur-grund • Grafisk design
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, Gruppearbejde, fremlæggelse

Titel 9	Højskolekampagne med ekstern afsender
Indhold	Kom med jeres bud på en optimal SoMe kampagne til unge studerende! Højskolerne vil gerne tiltrække flere unge mennesker fra HTX og er derfor gået i gang med at udvikle en hvervekampagne. Du (din gruppe) er som reklame/mediebureau blevet ansat af Højskolerne til at gennemgå deres nuværende SoMe tilstedeværelse og samtidig komme med bud på ny SoMe kampagne. Kampagnen skal have fokus på at få målgruppen på HTX til at overveje et højskoleophold

	efter gymnasietiden. 1. Målgruppeanalyse Udarbejd en målgruppeanalyse for de segmenter som kan være interesseret i et højskoleophold. Inddrag relevante bilag (se vedlagte links). Udarbejd minimum 3 personas e. lign. 2. Markedsanalyse Lav en kort markedsanalyse med særlig fokus på støj. Analysér konkurrencesituationen for Højskolerne og undersøg hvilke andre valg unge typisk vil træffe efter endt ungdomsuddannelse. 3. Kanaler Beskriv og vurder kort Højskolernes nuværende SoMe kampagner, hvor I ser på både positive og negative tiltag. Beskriv evt. andre kanaler, der med fordel kan anvendes i denne hvervekampagne. 4. Budskab Definer hvilke budskaber der med størst sandsynlighed vil opnå den effekt som Højskolerne ønsker. I besvarelsen kan indgå indkodning og afkodning af budskab. Budskaberne kan være slogans, USP, ESP og ISP. Det er vigtigt at budskabet er tydeligt og i overensstemmelse med modtager og afsender. 5. Produktudvikling Udarbejd minimum tre SoMe kommunikationsprodukter samt en medieplan med udgangspunkt i jeres udvalgte budskaber (Pkt 4) og målgruppe (Pkt 1). I har et budget på 250.000 kr til hele kampagnen. I kan med fordel bruge AIDA-, KISS- og KIEmodellen. • Ophavsret og lovgivning • AIDA og LEAP • Generationssegmentering • USP, ISP og ESP i forhold til budskab • Personas • Markedsanalyse • Kanaler Litteratur: Fenger-Grøn, Anna et al (2021): Kommunikation og it A. Systime. Kap 12 Jevnaker, Ingjerd Straand (2010): From AIDA to LEAP. Social by design. https://socialbydesign.wordpress.com/2010/01/31/from-aida-to-leap/ LaFleur, Griffin (2022): Generational marketing explained: Everything you need to know. Swing Education
Omfang	28 lektioner af 45 min
Særlige fokuspunkter	• Markedsanalyse • Målgruppeanalyse • Kampagneplanlægning • Analyse af kanaler, medieplanlægning og økonomi • Budskab •
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, Gruppearbejde, fremlæggelse

Titel 10	Mundtlighed - sprog, krop og formidling
Indhold	Lav en mundtlig fremlæggelse med fokus på stemme og formidling • Kropsholdning og stemme • Afspænding og stemme • Åndedræt og stemme • Artikulation

	Litteratur: Video: Stemmetræning: Få gode råd og tricks til nervøsitet - HK fagforening. https://youtu.be/z2x9Xn0YZoI Rischel, Jørgen (2016): Artikulation (talefrembringelse). Den store danske. https://denstoredanske.lex.dk/artikulation_-_talefrembringelse
Omfang	8 lektioner af 45 min
Særlige fokuspunkter	• Mundtlighed • Krop og stemme
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, individuelt arbejde, fremlæggelse

Titel 11	Eksamenscase
Indhold	Vælg mellem 1 af de 3 cases: Case 1 – Trafikkampagne for Lolland kommune – video, plakat og SoMe-opslag Case 2 – Kampagne om beskyttelse af egne data på nettet – App eller hjemmeside samt reklamebanner Case 3 – Valgfri case – skal godkendes af læreren Litteratur: Hele pensum på A-niveau
Omfang	30 lektioner af 45 min samt 10 timers fordybelsestid
Særlige fokuspunkter	• Kampagner • Skriftlighed • Selvstændighed i projektet • Eventuel multimodalt element
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde, vejledning