

Undervisningsbeskrivelse for faget/fagene

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	juni 2024
Institution	Merkurs plads
Fag og niveau	• Kommunikation og it A
Lærer	Hans Arne Niclasen, Lolita Brodka Andersen
Hold	21htxKoA

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Filmredigering
Titel 2	Voxpop
Titel 3	Horrorfilm
Titel 4	Nyt design til bager
Titel 5	Kampagner og kommunikationsplanlægning
Titel 6	Fri opgave
Titel 7	Photoshop og InDesign
Titel 8	Study in Nyk
Titel 9	Kampagne til seksualundervisning
Titel 10	App udvikling
Titel 11	Repetition
Titel 12	Kommunikationsstrategi for HTX
Titel 13	Eksamensprojekt

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

Titel 1	Filmredigering
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 • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler <u>Anvendt litteratur</u> Dokumentaren "The Cutting Edge" https://www.youtube.com/watch?v=z-uJOyT_7i4&t=627s
Omfang	10 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
Arbejdsformer	• Ekskursion
Titel 2	Voxpop
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

	• design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • 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: 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 10
Omfang	6 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 • forundersøgelse og –analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen
Arbejdsformer	• Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde

	• Klasseundervisning
Titel 3	Horrorfilm
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 • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter <u>Anvendt litteratur</u> Moe, Fenger-Grøn et al: Kommunikation og IT A, systime e-bog, kap. 10
Omfang	12 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 • 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
Titel 4	Nyt design til bager
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: 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 udtryk – 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 afsenderses 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 <u>Anvendt litteratur</u> Moe, Fenger-Grøn et al: Kommunikation og IT A, systime e-bog, kap. 1-10
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: 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	• Klassesdialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Ekskursion • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning • Projektarbejde
Titel 5	Kampagner og kommunikationsplanlægning
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: 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, markedsf forhold 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: 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. 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 sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsform	• Klassesdialog

er	• Praktisk arbejde • Elevoplæg • Elevdiskussion • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde
Titel 6	Fri opgave
Indhold	<u>Kernestof</u> • 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 afsenderses 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
Omfang	12 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	• Praktisk arbejde • Elevoplæg • Elevdiskussion • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning • Projektarbejde
Titel 7	Photoshop og InDesign
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 <u>Anvendt litteratur</u> https://www.youtube.com/playlist?list=PLmLegwvD8QKp2SQiJ1bygnueRoUiwxa2J https://www.youtube.com/playlist?list=PLmLegwvD8QKqCIB32bElii_D1EYbfSjXs

Omfang	4 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
Arbejdsformer	• Klassesdialog • Praktisk arbejde • Gruppearbejde • Individuelt arbejde
Titel 8	Study in Nyk
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: 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 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: 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> Fenger-Grøn et al, "Kommunikation og IT A", systime e-bog
Omfang	14 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 • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Ekskursion • Gruppearbejde • Individuelt arbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning • Projektarbejde
Titel 9	Kampagne til seksualundervisning
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 • 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> Fenger-Grøn et al: "Kommunikation og IT A", systime ebog, kap. 3,4,5,7, 8, 9 og 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: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	• Klassesdialog • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Projektarbejde
Titel 10	App udvikling
Indhold	<u>Kernestof</u> • 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 <u>Anvendt litteratur</u> Fenger-Grøn et al: "Kommunikation og IT A", systime ebog, kap. 13
Omfang	4 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: 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: identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation
Arbejdsformer	
Titel 11	Repetition
Indhold	<u>Kernestof</u> • supplerende stof • 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
- 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> Fenger-Grøn et al: "Kommunikation og IT A", systime ebog
Omfang	4 lektioner á 90 min.
Særlige	• produktion og evaluering: opnå forståelse og

fokuspunkter	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: 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	• Elevoplæg • Gruppearbejde
Titel 12	Kommunikationsstrategi for HTX
Indhold	<u>Kernestof</u> • supplerende stof • 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: 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> Fenger-Grøn et al: "Kommunikation og IT A", systime ebog, kap. 3,4,5,7, 8, 9 og 10
Omfang	8 lektioner á 90 min.
Særlige	• produktion og evaluering: opnå forståelse og

fokuspunkter	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 sluttet af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde
Titel 13	Eksamensprojekt
Indhold	<u>Kernestof</u> • supplerende stof • 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: 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> Fenger-Grøn et al: "Kommunikation og IT A", systime ebog
Omfang	28 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	• Praktisk arbejde • Gruppearbejde • Individuelt arbejde • IT-baseret arbejde • Projektarbejde

