

Undervisningsbeskrivelse for faget/fagene

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	juni 2024
Institution	Htx-Nakskov
Fag og niveau	• Kommunikation og it A
Lærer	Hans Arne Niclasen
Hold	22-25 KomIT A ac

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Study in Nyk
Titel 2	Værkstedsfag
Titel 3	Videoproduktion
Titel 4	Produktion af horrorfilm
Titel 5	Oplysningskampagne om samtykke
Titel 6	Video om Nykøbing
Titel 7	HTX præsentationsmateriale
Titel 8	Podcastopgave
Titel 9	Logodesign

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

Titel 1	Study in Nyk
Indhold	<u>Kernestof</u> • supplerende stof • 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 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

Anvendt litteratur

Fenger-Grøn et al: Kommunikation og IT A, systime ebog

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 sluttet af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning
Titel 2	Værkstedsfag
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> Fenger-Grøn et al: Kommunikation og IT A, systime ebog
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 • Praktisk arbejde • Individuelt arbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning
Titel 3	Videoproduktion
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projekforløb, 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 • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter <u>Anvendt litteratur</u> Fenger-Grøn: Kommunikation og IT A, systime ebog, 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 • 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:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde
Titel 4	Produktion af 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: 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: 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: 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: 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. 10 Sørensen, E.: Genrefilm og filmgenrer, systime e-bog <u>Øvrig materiale</u> <u>Øvrigt indhold</u> Tværfagligt projekt med dansk og engelsk
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 • produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • 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
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde
Titel 5	Oplysningskampagne om samtykke
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
- 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
- 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 e-bog, kap. 2-10
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: 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	• Tavleundervisning • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde
Titel 6	Video om Nykøbing
Indhold	<u>Kernestof</u> • 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: 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: 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, 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 • 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: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 slutttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Praktisk arbejde • Gruppearbejde
Titel 7	HTX præsentationsmateriale
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: 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
- 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 e-bog, kap. 7
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 • 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	• Tavleundervisning • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde
Titel 8	Podcastopgave
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: 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 • 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> Olsen, M. et al: Podcast, systeme ebog
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:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • 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 sluttet af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces
Arbejdsformer	• Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning
Titel 9	Logodesign

Indhold	<u>Kernestof</u> • produktudvikling og –test: brugertests • 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 <u>Anvendt litteratur</u> Fenger-Grøn et al: Kommunikation og IT A, systime e-bog, kap. 7
Omfang	4 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • 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 • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning