

## Undervisningsbeskrivelse for faget/fagene Kommunikation og it C

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	juni 2023
<b>Institution</b>	Htx-Nykøbing F
<b>Fag og niveau</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kommunikation og it C</li></ul>
<b>Lærer</b>	Hans Arne Niclasen
<b>Hold</b>	Kom/IT A 2022 C

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Grafisk Design
<b>Titel 2</b>	Filmproduktion
<b>Titel 3</b>	Digital dannelse, segmentering og målgrupper
<b>Titel 4</b>	Filmproduktion i praksis
<b>Titel 5</b>	Journalistisk skrivning og sociale medier
<b>Titel 6</b>	Ophavsret
<b>Titel 7</b>	Eksamensopgave
<b>Titel 8</b>	Præsentationsteknik

<b>Titel 1</b>	Grafisk Design
<b>Indhold</b>	<p><b><u>Kernestof</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</li> <li>• digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd</li> <li>• produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder</li> <li>• produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger</li> <li>• design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign</li> <li>• kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer</li> <li>• kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov</li> </ul> <p><b><u>Anvendt litteratur</u></b></p> <p>Meyhoff: Kommunikation &amp; IT C, systeme e-bog, Kap. 4</p>
<b>Omfang</b>	8 lektioner á 90 min.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• produktion:forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter</li> <li>• produktion:begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver</li> <li>• produktion:demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner</li> <li>• produktion:udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde</li> <li>• forundersøgelse:undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</li> </ul>
<b>Arbejdsformer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tavleundervisning</li> <li>• Klassedialog</li> <li>• Praktisk arbejde</li> <li>• Elevoplæg</li> <li>• Gruppearbejde</li> </ul>

<b>Titel 2</b>	Filmproduktion
<b>Indhold</b>	<p><b><u>Kernestof</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd</li> <li>• etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</li> <li>• produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder</li> <li>• produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger</li> <li>• design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler</li> <li>• kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer</li> <li>• kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov</li> </ul> <p><b><u>Anvendt litteratur</u></b></p>
<b>Omfang</b>	8 lektioner á 90 min.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</li> <li>• produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter</li> <li>• produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver</li> <li>• produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner</li> <li>• produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde</li> <li>• forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag</li> <li>• forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</li> <li>• forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt</li> <li>• forundersøgelse: analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet</li> </ul>

## **Arbejdsformer**

- Tavleundervisning
- Klassedialog
- Praktisk arbejde
- Gruppearbejde
  
- Fjernundervisning

<b>Titel 3</b>	Digital dannelse, segmentering og målgrupper
<b>Indhold</b>	<p><b><u>Kernestof</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign</li> <li>• kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</li> <li>• kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer</li> <li>• kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov</li> <li>• kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og –processer</li> </ul> <p><b><u>Anvendt litteratur</u></b></p> <p>Filmen "Brexit - The Uncivil War", HBO 2019, Artikelsamling "Digital dannelse", EMU, Meyhoff: Kommunikation og it C, systime e-bog, kap. 2 og 3</p>
<b>Omfang</b>	10 lektioner á 90 min.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• produktion:anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</li> <li>• produktion:forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter</li> <li>• produktion:begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver</li> <li>• produktion:demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner</li> <li>• produktion:udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde</li> <li>• forundersøgelse:undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</li> <li>• forundersøgelse:finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt</li> <li>• forundersøgelse:analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet</li> </ul>

## **Arbejdsformer**

- Tavleundervisning
- Praktisk arbejde
- Elevoplæg
- Gruppearbejde
- IT-baseret arbejde

<b>Titel 4</b>	Filmproduktion i praksis
<b>Indhold</b>	<p><b><u>Kernestof</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</li> <li>• digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd</li> <li>• etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</li> <li>• produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder</li> <li>• produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger</li> <li>• design og visuel kommunikation: skitser og prototyper</li> <li>• design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler</li> <li>• design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign</li> <li>• kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer</li> <li>• kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov</li> <li>• kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og –processer</li> </ul> <p><b><u>Anvendt litteratur</u></b></p> <p>Meyhoff: Kommunikation/it C, systime e-bog, Leksikon Video og Film</p>
<b>Omfang</b>	6 lektioner á 90 min.

<p><b>Særlige fokuspunkter</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• produktion:begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver</li> <li>• produktion:demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner</li> <li>• produktion:udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde</li> <li>• forundersøgelse:undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</li> <li>• forundersøgelse:finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt</li> <li>• forundersøgelse:analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet</li> </ul>
<p><b>Arbejdsformer</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praktisk arbejde</li> <li>• Elevoplæg</li> <li>• Gruppearbejde</li> <li>• IT-baseret arbejde</li> </ul>



<b>Titel 5</b>	Journalistisk skrivning og sociale medier
<b>Indhold</b>	<p><b><u>Kernestof</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</li> <li>• digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps</li> <li>• etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv</li> <li>• etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</li> <li>• etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</li> <li>• produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder</li> <li>• produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger</li> <li>• design og visuel kommunikation: basal farvelære</li> <li>• design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler</li> <li>• design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik</li> <li>• design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign</li> <li>• kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</li> <li>• kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer</li> <li>• kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov</li> <li>• kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og –processer</li> </ul> <p><b><u>Anvendt litteratur</u></b></p> <p>Meyhoff: Kommunikation og IT C, systime e-bog, kap.2 .3.4.</p>
<b>Omfang</b>	8 lektioner á 90 min.

**Særlige  
fokuspunkter**

- produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter
- produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter
- produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver
- produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner
- produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde
- forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag
- forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen
- forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt
- forundersøgelse: analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet

**Arbejdsformer**

- Tavleundervisning
- Klassedialog
- Praktisk arbejde
- Gruppearbejde
- IT-baseret arbejde

<b>Titel 6</b>	Ophavsret
<b>Indhold</b>	<p><b><u>Kernestof</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv</li> <li>• etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</li> <li>• etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</li> </ul> <p><b><u>Anvendt litteratur</u></b></p>
<b>Omfang</b>	1 lektioner á 90 min.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• produktion:forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter</li> <li>• produktion:begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver</li> <li>• produktion:demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner</li> <li>• forundersøgelse:undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</li> </ul>
<b>Arbejdsformer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tavleundervisning</li> <li>• Klassedialog</li> <li>• Klasseundervisning</li> </ul>

## Indhold

**Kernestof**

- supplerende stof
- digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
- digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps
- digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd
- 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 projektstyring: evalueringsmetoder
- produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger
- produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer
- design og visuel kommunikation: skitser og prototyper
- design og visuel kommunikation: basal farvelære
- design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik
- design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign
- kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
- kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer
- kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov
- kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og –processer

**Anvendt litteratur**

Moe, Fenger-Grøn, Fog et al: Kommunikation og it A, e-bog systeme, Kap. Eksamenprojektet.

<b>Omfang</b>	8 lektioner á 90 min.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</li> <li>• produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter</li> <li>• produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver</li> <li>• produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner</li> <li>• produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde</li> <li>• forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag</li> <li>• forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</li> <li>• forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt</li> <li>• forundersøgelse: analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet</li> </ul>
<b>Arbejdsformer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praktisk arbejde</li> <li>• Gruppearbejde</li> <li>• IT-baseret arbejde</li> <li>• Klasseundervisning</li> </ul>

<b>Titel 8</b>	Præsentationsteknik
<b>Indhold</b>	<p><b><u>Kernestof</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• supplerende stof</li> <li>• digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd</li> <li>• design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler</li> <li>• design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik</li> <li>• design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign</li> <li>• kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov</li> </ul> <p><b><u>Anvendt litteratur</u></b></p> <p>Meyhoff: Kommunikation/IT C, kap. 4</p>
<b>Omfang</b>	1 lektioner á 90 min.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• produktion:demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner</li> <li>• produktion:udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde</li> <li>• forundersøgelse:demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag</li> <li>• forundersøgelse:undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</li> </ul>
<b>Arbejdsformer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tavleundervisning</li> <li>• Klassedialog</li> <li>• IT-baseret arbejde</li> <li>• Klasseundervisning</li> </ul>