



Undervisningsbeskrivelse 3k23 Kommunikation og IT A

Termin	Juni 2024
Institution	Himmerlands Erhvervs- og gymnasieuddannelser
Uddannelse	HTX
Fag og niveau	Kommunikation og IT A
Lærer(e)	Bettina Knudsen (BEK) og Camilla Nilles (CAN)
Hold	3k23

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Case: Skru ned for lyden (1.g)
Titel 2	God omtale er god omtale (1.g)
Titel 2.5	SO1 – Demokrati og medborgerskab (1.g)
Titel 3	Prøve-eksamensprojektet (1.g)
Titel 4	TikTok-producenter i samarbejde med Skandinavisk dyrepark (2.g)
Titel 5	Extended branding (2.g)
Titel 6	Filmprojektet (2.g)
Titel 7	Personligt design og kommunikation (3.g)
Titel 8	FROD – Jagtens på verdens bedste snacks (3.g)
Titel 9	Crossmedia (3.g)
Titel 10	Eksamensprojektet (3.g)



Titel 1	Case: Skru ned for lyden (BEK) (Grundforløbet)
Indhold	<p>Flere og flere unge i dag oplever at få høreskader pga. for høj musik i deres høretelefoner. Sundhedsstyrelsen ønsker med en kort video-kampagne at nå ud til de unge, for at minde dem om, at skue ned for den gode musik, så den kan nydes hele livet.</p> <p>Der ønskes en kort informerende video med 15-45 sekunder varighed, der løser ovenstående problematik.</p> <p>Derudover ønskes der to grafiske still reklamer udarbejdet specielt til platformen 'Spotify'.</p> <p>Teori: Medier og kommunikation (5,5 sider) Analyse af målgruppen (6,2 sider) Moderne modtagere Støj og kommunikation Holdningsbearbejdende kampagner (2 sider) Trykte medier Digitale medier Forundersøgelse – Kvalitativ og kvantitativ</p> <p>Video: Microsoft Publisher 01 How to create a magazine cover in Publisher Layout in Pages Create Beautiful PDF Worksheets in Pages for Mac [tutorial]</p> <p>Metode: Storyboard KIE</p> <p>Bøger: Kommunikation og IT C (2017)</p> <p>IT: Microsoft Publisher – Har I igennem jeres Office pakke Paint.net – Gratis at downloade Shortcut – Gratis at downloade Pages til Mac</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid 25 moduler
Særlige fokus-	Kompetencer, læreplanens mål, progression



punkter	<p>Faglige mål:</p> <p>Forundersøgelse:</p> <ul style="list-style-type: none">–analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet–finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt <p>Produktion:</p> <ul style="list-style-type: none">–udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde–demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner–begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver–forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Virtuelle arbejdsformer, Projektarbejdsform, Anvendelse af fagprogrammer, Eksperimentelt arbejde



Titel 2	God omtale er god omtale (BEK)
Indhold	<p>I dette forløb arbejder eleverne med CSR som begreb og udarbejder en CSR kampagne.</p> <p>Omtale, image og branding er vigtigt for hvilken som helst virksomhed. Selvom vi som forbrugere ikke tænker det sådan, så betyder signalværdien i vores køb af tøj, bil, mobiltelefon og computere noget for os. De ting vi omgiver os med er ikke kun værdiskabende – de er identitetsskabende.</p> <p>Som kommunikationsmedarbejder for en virksomhed, vil man gerne finde ud af, hvordan man kan forbedre forbrugerens syn på brandet igennem forskellige tiltag.</p> <p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none">Finde en mærkesag – Gerne inspireret af FN's verdensmålUdvikle et fysisk grafisk produktUdvikle et digitalt produktUdform et nyt unikt produkt, som en del af deres CSR-tiltag <p>Derudover lægges der vægt på en god proces i forundersøgelsen</p> <p>Teori:</p> <ul style="list-style-type: none">Red bull - BæredygtighedArla CSRCoca Cola "2nd lives" youtube videoVolkswagen – The Fun Theory 1 youtube videoVolkswagen – The Fun Theory 2 youtube videoFN verdensmålViral markedsføringBalance og det gyldne snit (6,4 sider)YouTube content maker – Grace Wells (inspiration)AIDAFarverSkitser, storyboard og navigationsstrukturerLovgivningPersonaUSP, ISP, ESP <p>Unikt udleveret materiale:</p> <ul style="list-style-type: none">PP <p>Bøger:</p> <ul style="list-style-type: none">Kommunikation og IT C (læreplan 2017) (Systime) <p>Unikt materiale:</p>



	PP- layout, farver og font
Omfang	Anvendt uddannelsestid 25 moduler
Særlige fokus- punkter	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <p>Faglige mål</p> <ul style="list-style-type: none">– demonstrere kendskab til kommunikationsdesign, herunder kommunikationsteori– vælge medie og it- værktøjer til enkle kommunikationsopgaver– planlægge og gennemføre produktion af enkle kommunikationsprodukter– præsentere og formidle data og informationer under anvendelse af informationsteknologiske værktøjer– arbejde med systematiske søgestrategier til indsamling af informationer samt undersøge og evaluere informationen kritisk– gøre rede for gængse spilleregler for anvendelse af it, herunder ophavsret, plagiat og etikette i forbindelse med it-baseret kommunikation. <p>Kernestof</p> <p>Design</p> <ul style="list-style-type: none">– farver– skrifte og typografi– billeder og illustrationer– grafisk layout i trykte og skærmbaserede medier <p>Informationsøgning</p> <ul style="list-style-type: none">– informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning. <p>Produktion</p> <ul style="list-style-type: none">– fremstilling, bearbejdning og samling/montage af materialer til brug på papir og digitale medier under anvendelsen af IT-baserede værktøjer. <p>Udtryksformer</p> <ul style="list-style-type: none">– journalistisk og anden bearbejdning af tekst til papir og digitale medier. <p>Faglige mål – studieområdet</p> <p>Metoder</p> <ul style="list-style-type: none">– vælge og anvende skriftlig fremstillingsform til forskellige teksttyper– dokumentere viden om forskellige arbejds- og samarbejdsformer og planlægge og anvende disse hensigtsmæssigt i praktiske forløb– dokumentere viden om og anvende forskellige formidlings- og præsentationsformer– sætte sig faglige og personlige mål og evaluere kvaliteten af eget arbejde.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning / Projektarbejdsform /Anvendelse af fagprogrammer Skriftligt arbejde /Eksperimentelt arbejde



Titel 2.5	SO1 – Demokrati og medborgerskab Overvågning (BEK)
Indhold	<p>I dette SO-forløb med Dansk, Samfundsfag og kommunikation og IT har eleverne arbejdet med værket 1984 af George Orwell og overvågning som tema. Kommunikation og IT har bidraget til forløbet ved, at eleverne har produceret hjemmesider i WIX med fokus på tematikken, brugeren og brugervenligheden. Hjemmesiden indeholdt de opgaver, som der blev stillet i de øvrige fag og var desuden et præsentationsredskab til fremlæggelserne til sidst i forløbet.</p> <p>Teori: Hjemmesidedesign Flowcharts BOV Wireframe Test</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid 5 moduler
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde



Titel 3	Prøve-eksamensprojektet (BEK)
Indhold	<p>Der udarbejdes et eksamensprojekt på baggrund af 1 af 8 mulige cases. Alle 8 cases dækker til sammen alle de faglige mål.</p> <p>Se oplæg</p>
Omfang	<p>Anvendt uddannelsestid 21 moduler</p>
Særlige fokus-punkter	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <p>Faglige mål</p> <p>Forundersøgelse:</p> <ul style="list-style-type: none">- analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet- finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt- undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen- demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag. <p>Produktion:</p> <ul style="list-style-type: none">- udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde- demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner- begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver- forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter- anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter. <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og medier</p> <ul style="list-style-type: none">- simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og –processer



	<ul style="list-style-type: none">- forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov- interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer- eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen <p>Design og visuel kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">- brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik- billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler- basal farvelære- skitser og prototyper <p>Produktudvikling og projektstyring</p> <ul style="list-style-type: none">- idégenereringsværktøjer- fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger- evalueringsmetoder <p>Etik, love og digital adfærd</p> <ul style="list-style-type: none">- etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter- ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter- brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv <p>Digitale værktøjer</p> <ul style="list-style-type: none">- digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd- programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps- brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde



Titel 4	TikTok-producenter i samarbejde med <i>Skandinavisk dyrepark</i> (BEK)
Indhold	<p>I dette forløb har vi samarbejdet med marketingsansvarlig fra Skandinavisk dyrepark på Djurs, som gerne ville have noget inspiration og nogle indspark til marketing til den nyeste platform TikTok.</p> <p>Her besøgt eleverne parken og fik et oplæg fra marketingsansvarlig om målgruppen, parkens identitet digitalt og ønsker til marketing, som eleverne skulle forholde sig til.</p> <p>I forløbet har de produceret:</p> <ul style="list-style-type: none">• Minimum 3 TikTok på baggrund af eget materiale fra besøg i parken.• Et unikt marketingstiltag, som enten hænger sammen med projektets 3 TikTok eller har en forbindelse til parkens nuværende strategi.• Udarbejdelsen af en TikTok-strategi fremadrettet samt en præsentation heraf til Skandinavisk dyrepark <p>I forløbet har eleverne arbejdet på baggrund af tidligere teori + materialer udleveret af Skandinavisk dyrepark. Derudover har eleverne oplevet et oplæg og foredrag af TikTok influencer René Kjær – Olddandancing</p> <p>Teori: Derfor-fejler-virksomheder – Af René Kjær Derfor fravælger brands tiktok – Af René Kjær Skal mit produkt brandes via historier, eller influencere på TikTok? – Af René Kjær</p> <p>Andre materialer: Powerpoint med oplæg fra Skandinavisk dyrepark Shortcut – Gratis at downloade Pages til Mac</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid 32 moduler
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål Forundersøgelse: <ul style="list-style-type: none">- analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet- finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt- undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssi-



	<p>tuationen</p> <p>Produktion:</p> <ul style="list-style-type: none">- udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde- demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner- begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver- forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og medier</p> <ul style="list-style-type: none">- simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og –processer- forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov- interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer <p>Design og visuel kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik- billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler- basal farvelære- skitser og prototyper <p>Produktudvikling og projektstyring</p> <ul style="list-style-type: none">- idégenereringsværktøjer- fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger <p>Etik, love og digital adfærd</p> <ul style="list-style-type: none">- etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter- ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter <p>Digitale værktøjer</p> <ul style="list-style-type: none">- digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd- programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde



Titel 5	Extended branding (BEK)
Indhold	<p>I dette forløb har vi arbejdet med scenariedidaktik, hvor eleverne har skulle forestille sig, at de er ansat i en marketingsafdeling i et velkendt firma som producere slik, snacks og/eller softdrinks. De er et nyansat team og skal stå for et nyt tiltag, som firmaet ønsker at sætte i søen –</p> <p>I dette forløb har projektet har casen lydt forskelligt afhængig af, om eleverne har været programmeringslever eller designelever.</p> <p>Designeleverne skulle designe 5 styk nyt merchandise, som skulle være målrettet firmaets målgruppe – Det kan være alt fra tøj til udstyr til små nibs, så længe det er salgbart, tydeligt viser brandets identitet og eventuelt maskot.</p> <p>Programmeringsleverne skulle udvikle et lille spil, som skulle indeholde elementer, maskotter eller identitet fra brandet (i stil med de brand spil der var populære i start 00'erne).</p> <p>Fælles teori: De forskellige kvalitative metoder (0,1 side) Fokusgruppeinterviews (1,1 side) Personas</p> <p>Teori designelever: Farvelærer Design signalerer målgruppe (det var et tværfagligt samarbejde med Design b og design havde også teori til forløbet i deres timer)</p> <p>Teori programmeringslever: Spilproduktion i praksis (3,9 sider) The Bartle Test of Gamer Psychology (1 side) Test (4,9 sider) Game Design Atoms (8 sider) Elements of chance (6 sider) Elements of "strategic" Skill (8 sider) Elements of "twitch" Skill (4 sider) Youtube - FLOW BY MIHALY CSIKSZENTMIHALYI (Eleverne modtog desuden et kort kursus i Unity med vejledning fra en uddannet programmør)</p> <p>Video: Snack video games: Last week tonight with John Oliver (Web exclusive) Youtube</p> <p>Metode:</p>



	<p>Skitsering af design og modeller KIE</p> <p>Bøger: "Computerspil" af Jakob Horn Møller (systeme) "Kommunikation og It A" (systeme) Læreplan 2017 "Challenges For Game Designers – Non-digital exercises for video game designers" af Brenda Brathwaite og Ian Schrieber (s.25-33, s.69-75, s.83-91, s.99-102) "Players Who Suit MUDs" af Richard A. Bartle (Skimtelæst)</p> <p>IT: Photopea Unity</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid 22 moduler
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål 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 - udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder - søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen - designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder - undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen - udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation - planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse. Produktion og evaluering - styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering - forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter - udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere



- reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter
- gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software
- opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen
- anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttet af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.

Kernestof

Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber. Kernestoffet er:

Kommunikationsteori og fortælle teknik

- digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber
- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation, kommunikationsstrategi og handlingsplan
- forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn

Brugerforståelse og kommunikationssituation

- brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
- kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation
- datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
- afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet

Design og visuel kommunikation

- brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign
- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation
- billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- farvelære og digitale farvesystemer
- skitser, mockups, storyboards og prototyper



	<p>Produktudvikling og –test</p> <ul style="list-style-type: none">- idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer- forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier- projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen- forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi.- brugertests <p>Etik, love og digital adfærd</p> <ul style="list-style-type: none">- etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter- ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter- brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv <p>Digitale værktøjer</p> <ul style="list-style-type: none">- relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter- relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurering af interaktive systemer- relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Virtuelle arbejdsformer Projektarbejdsform Anvendelse af fagprogrammer Eksperimentelt arbejde

Titel 6	Filmprojektet (BEK)
Indhold	I dette forløb har eleverne skulle arbejde sammen i langt større gruppestørrelser end de tidligere har været vant til. Eleverne har skulle lave kortfilm, som er blevet udformet efter en række benspænd eleverne selv har valgt. Derudover



	<p>lærer eleverne om rollefordeling på et filmset og skal kaste sig ud i en lagt mere omfattende filmproduktion end de tidligere har erfaring med. Elevernes kortfilm skal promoveres til udlandet. Eleverne har fået tilfældigt udstykket et land og skal sætte sig ind dette lands smag, når det kommer til promoveringsmateriale (plakat som medie).</p> <p>Der var både mulighed for at kaste sig ud i en kortfilm eller en narrativ reklame serie af flere små sammenhængende historier – Alle eleverne valgte kortfilm-formatet. Videomaterialet skulle være imellem 2,5-6 minutters spilletid.</p> <p>Teori: Der trækkes på teori fra de sidste 2 år af kom.it samt begreber og analysemetoder allerede introduceret i både dansk og engelsk – Et begrebsunivers eleverne kan trække på og tage med sig ind i kom.it undervisningen. Billedkomposition FEMO – Frame within a Frame, Extreme, Motion, Obstruction</p> <p>Video: The Gunfighter – A Short Film by Eric Kissack Kill Bill 1 af Quentin Tarantion 10 min intro til analyse og eksemplificering Del 1 og del 2 The Silence of the Lambs – Who Wins the Scene? By Every Frame a Painting</p> <p>Metode: Skrive manuscript / udarbejde drejebog(Storyboard) Rollefordeling Produktionsplanlægning Tidsstyring Brainstorming</p> <p>Personligt undervisningsmateriale udleveret: Skudplan Skudliste PP – Ikonisk lyd PP - Shot – to – Shot analyse (Kameravinkler, framing, storytelling, set up og pay off, lys og intertekstualitet) PP - Dramaturgi</p> <p>Bøger: Kommunikation og IT C (2017) Levende billeder – Grundbog i mediefag</p> <p>IT: Anvendelse af kameraudstyr – Canon 80D og 90D Valgfrit semi - professionelt klippeprogram (anbefalet herfra Davinci Resolve)</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid



	18 moduler
Særlige fokus-punkter	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <p>Faglige mål</p> <p>Forundersøgelse og –analyse</p> <ul style="list-style-type: none">- udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder- søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen- udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation- planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse. <p>Produktion og evaluering</p> <ul style="list-style-type: none">- styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering- udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere- gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software <p>Kernestof</p> <p>Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber. Kernestoffet er:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik</p> <ul style="list-style-type: none">- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation, kommunikationsstrategi og handlingsplan- forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter- kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation</p> <ul style="list-style-type: none">- brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation- datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen- afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst- forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet



	<p>Design og visuel kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">- brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation- billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler- farvelære og digitale farvesystemer- skitser, mockups, storyboards og prototyper <p>Produktudvikling og –test</p> <ul style="list-style-type: none">- idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer- forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier- projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen <p>Etik, love og digital adfærd</p> <ul style="list-style-type: none">- ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter <p>Digitale værktøjer</p> <ul style="list-style-type: none">- relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter- relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, Virtuelle arbejdsformer, Projektarbejdsform, Anvendelse af fagprogrammer, Eksperimentelt arbejde



Titel 7	Personligt design og kommunikation (BEK)
Indhold	<p>I dette første forløb i 3g har kom.it indgået et samarbejde med elevernes øvrige studieretningsfag: programmering B og design B.</p> <p>Kom.it/Designeleverne: Har været alene eller i grupper af max 2. I deres scenarium har de skulle varetage en privat lille virksomhed med en simpel produktlinje, der ønsker at udvide kendskabet til deres produkter på de sociale medier. I design har eleverne udviklet smykker, som de forsøger at markedsføre og skabe et brand omkring i kom.it. Der har været et krav om minimum 9 billeder til sociale medier, en video samt en brandbeskrivelse, alt sammen målrettet den målgruppe, som de har valgt til deres produkter. Designgrupperne outsourcer arbejdet med hjemmesidedesign og køb og salg online til programmeringsholdet.</p> <p>Kom.it/Programmering: Arbejder hovedsagligt alle sammen som en samlet virksomhed og individuelt med deres individuelle opgaver der passer til deres rolle. Eleverne skal udarbejde et brand omkring deres kommunikationsvirksomhed, et brand de forsøger at sprede ud via sociale medier. Derudover skal kommunikationsvirksomheden udarbejde et billedeportfolie af deres produkter – mulige hjemmesider målrettet mindre virksomheder med en produktlinje. Eleverne skal i samarbejde med designeleverne finde ud af deres ønsker og behov og bygge deres hjemmeside ud fra deres ønsker. Desuden har programmeringseleverne fået til opgave i programmering at "bygge" en server, der kan holde øje med deres produkter i webshoppen.</p> <p>Teori: LEAP modellen Layout med BOV</p> <p>Metode: Moodboard Analyse af sociale medier Pitch Personas Wireframes Mock-up Skitsering</p> <p>Unikt udleveret materiale: SoMe marketing – KOM.it facebook – indblik og annoncering Begreb: Business and bullshit</p>



	<p>Bøger: Kommunikation og IT C (2017)</p> <p>IT: Kameraudstyr – Heriblandt anvendelse af mobilen som marketingsredskab Klipning og redigering direkte i programmer Photopea Instagram Facebook WIX</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid 13 moduler
Særlige fokus- punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål 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 - udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder - søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen - designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder - undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen -udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation -planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse. Produktion og evaluering - styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering - forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter - udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere -reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter - gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved



anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software

- opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen
- anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.

Kernestof

Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber. Kernestoffet er:

Kommunikationsteori og fortælle teknik

- digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber
- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation
- kommunikationsstrategi og handlingsplan
- forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn

Brugerforståelse og kommunikationssituation

- brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
- kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation
- datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
- afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet

Design og visuel kommunikation

- brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign
- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation
- billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- farvelære og digitale farvesystemer
- skitser, mockups, storyboards og prototyper

Produktudvikling og –test

- idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer
- forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og



	<p>bearbejdning af informationer til forskellige medier</p> <ul style="list-style-type: none">- projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen- brugertests <p>Etik, love og digital adfærd</p> <ul style="list-style-type: none">- etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter- ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter <p>Digitale værktøjer</p> <ul style="list-style-type: none">- relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter- relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurering af interaktive systemer- relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Klasseundervisning, Virtuelle arbejdsformer, Projektarbejdsform, Anvendelse af fagprogrammer, Eksperimentelt arbejde</p>



Titel 8	FROD – Jagten på verdens bedste snack – Et erhvervssamarbejde (BEK)
Indhold	<p>I forbindelse med elevernes andet projekt i 3g, har vi indgået et samarbejde med FROD boks, et firma som har startet et koncept med en månedlig subscription på en mystery snackboks til hele familien. I den forbindelse har Maria, Tristan og Bjarke som ejer FROD boks været forbi til et foredrag, der mundede ud i en spørgerunde.</p> <p>I samarbejdet skulle eleverne hjælpe FROD med at sprede budskabet om FROD boks til målgruppen. Af særlige benspænd skulle eleverne have fokus på organisk spredning gerne via videomateriale til de sociale medier, som ikke virkede overplanlagte og fake. Eleverne skulle desuden forholde sig til forbedringsforslag til FRODs allerede eksisterende marketing, produkter og medier.</p> <p>Der var et minimumskrav om 3 produkter i dette forløb.</p> <p>Teori: Sepstrups kampagne teori + alle underafsnit der beskriver modellen i deltaljer Professionel kommunikation Kanalvalg Ram din målgruppe https://frod.dk/</p> <p>Metode: Brainstorming</p> <p>Unikt udleveret materiale: Hele FRODS designguide med tilhørende grafisk materiale FROD pp – herunder nye begreber som:</p> <p>Bøger: Kommunikation og IT C (2017)</p> <p>IT: Photopea CAPCUT Sociale medier TIKTOK og instagram</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid 25 moduler
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål



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
- udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder
- søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen
- designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder
- undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen
- udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation
- planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse.

Produktion og evaluering

- styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktopimering
- forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter
- udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere
- reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter
- gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software
- opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen
- anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.

Kernestof

Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber. Kernestoffet er:

Kommunikationsteori og fortælle teknik

- digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber
- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation, kommunikationsstrategi og handlingsplan
- forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af



kommunikationsprodukter

- kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn

Brugerforståelse og kommunikationssituation

- brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
- kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation
- datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
- afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet

Design og visuel kommunikation

- brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign
- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation
- billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- farvelære og digitale farvesystemer
- skitser, mockups, storyboards og prototyper

Produktudvikling og –test

- idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer
- forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier
- projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen
- forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi.
- brugertests

Etik, love og digital adfærd

- etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv

Digitale værktøjer

- relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurering af interaktive systemer
- relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforløb, f.eks. til idéudvik-



	ling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Virtuelle arbejdsformer Projektarbejdsform Anvendelse af fagprogrammer Eksperimentelt arbejde



Titel 9	Crossmedia (BEK og CAN)
Indhold	<p>I dette forløb skulle eleverne arbejde med kommunikationsbegrebet cross-media.</p> <p>I forløbet skulle eleverne forsøge at sælge deres by ved at sprede et budskab igennem en kampagne, som skal gå på tværs af medier og medieplatforme. De skulle tage udgangspunkt i deres by – En af de byer, hvor en fra gruppen bor, hvor de skal udarbejde en kampagne med ET af disse tre budskaber:</p> <p>Bliv en del af den lokale forening i ...! Brug biblioteket i ...! Shop i ...!</p> <p>Valget af kommunikationsprodukter målrettes målgruppe og kommunikationssituation.</p> <p>Teori: Crossmedia definition Henry Jenkins "7 core principles of transmedia storytelling" Mere om cross media kommunikation SCRUM Conzoom Conzooms egen hjemmeside Conzooms segmenter 9 typer og 36 segmenter Find din type med conzoom kortet De forskellige kvalitative metoder Kvantitativ metode https://kommita.systeme.dk/?id=133 Trello</p> <p>Video: Video, der gennemgår SCRUM på 9 minutter Ekstra Introduktion til SCRUM</p> <p>Metode: Idegenerering Kvalitativ /kvantitativ metode - Deskstudy</p> <p>Bøger: Kommunikation og IT C (2017)</p> <p>IT: Varieret</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid 25 moduler



Særlige fokus- punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål Forundersøgelse og –analyse <ul style="list-style-type: none">- identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation- udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder- søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen- designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder- undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen-udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation-planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse. Produktion og evaluering <ul style="list-style-type: none">- styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering- forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter- udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere-reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter- gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software- opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen- anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og slutttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces. Kernestof <p>Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber. Kernestoffet er:</p> Kommunikationsteori og fortælleteknik <ul style="list-style-type: none">- digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefællesskaber
-----------------------------------	--



- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation, kommunikationsstrategi og handlingsplan
- forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn

Brugerforståelse og kommunikationssituation

- brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
- kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation
- datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
- afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet

Design og visuel kommunikation

- brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign
- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation
- billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- farvelære og digitale farvesystemer
- skitser, mockups, storyboards og prototyper

Produktudvikling og –test

- idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer
- forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier
- projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen
- forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi.
- brugertests

Etik, love og digital adfærd

- etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv

Digitale værktøjer

- relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommu-



	<p>nikationsprodukter</p> <ul style="list-style-type: none">- relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurering af interaktive systemer- relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Virtuelle arbejdsformer Projektarbejdsform Anvendelse af fagprogrammer Eksperimentelt arbejde</p>



Titel 10	Eksamensproduktion (CAN med vejledning af BEK)
Indhold	<p>Eleverne har i grupper arbejdet med eksamensprojektet, som tager udgangspunkt i en af tre mulige cases. En mere eller mindre valgfri case, en case der tager udgangspunkt i AI, online medier og børn og en case hvor fokus er på ensomhed.</p> <p>Eleverne har fordelt sig følgende: 5 grupper har valgt den valgfri case (case 1) 1 gruppe har valgt at arbejde med ensomhed (case 3)</p> <p>Forløbet tager udgangspunkt i 3 års teori, metode og praktisk erfaring. Forløbet dækker alle de faglige mål</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid 32 moduler
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål Forundersøgelse og –analyse <ul style="list-style-type: none">- identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation- udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder- søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen- designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder- undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen- udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation- planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse. Produktion og evaluering <ul style="list-style-type: none">- styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering- forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter- udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere



- reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter
- gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software
- opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen
- anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttet af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.

Kernestof

Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber. Kernestoffet er:

Kommunikationsteori og fortælle teknik

- digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber
- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation, kommunikationsstrategi og handlingsplan
- forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn

Brugerforståelse og kommunikationssituation

- brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
- kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation
- datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
- afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet

Design og visuel kommunikation

- brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign
- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation
- billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- farvelære og digitale farvesystemer
- skitser, mockups, storyboards og prototyper



	<p>Produktudvikling og –test</p> <ul style="list-style-type: none">- idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer- forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier- projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen- forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi.- brugertests <p>Etik, love og digital adfærd</p> <ul style="list-style-type: none">- etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter- ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter- brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv <p>Digitale værktøjer</p> <ul style="list-style-type: none">- relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter- relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurering af interaktive systemer- relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Klasseundervisning Virtuelle arbejdsformer Projektarbejdsform Anvendelse af fagprogrammer Skriftligt arbejde Eksperimentelt arbejde</p>

[Retur til forside](#)