



Undervisningsbeskrivelse 1y25 Kommunikation og IT C

Termin	Juni 2026
Institution	Himmerlands Erhvervs- og gymnasieuddannelser
Uddannelse	HTX
Fag og niveau	Kommunikation og IT C
Lærer(e)	Camilla Nilles (CAN)
Hold	1y25

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Case: Nattesøvn
Titel 2	Case: Køb mig!
Titel 2.5	SO1 – Demokrati og medborgerskab
Titel 3	Eksamensprojektet



Titel 1	Case: Nattesøvn (Grundforløbet)
Indhold	<p>Der er mange unge mennesker, der møder i skole hver dag, uden at have fået den nødvendige søvn til at kunne klare skoledagen. Sundhedsstyrelsen ønsker med en kort video-kampagne at nå ud til de unge, for at minde dem om, at de har brug for deres søvn, så de kan møde i skole og have overskud til at indtage ny viden og være nærværende med vennerne.</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:</p> <ul style="list-style-type: none">Den moderne kommunikationsmodel (3 sider)Målgrupper (0,6 sider)Minervamodellen (1,5 sider)Trykte og digitale medier (5,2 sider)Budskab (1,7 sider)Otte klassiske argumentationsformer (0,5 sider)Appelformer (0,7 sider)Forundersøgelse (0,5 sider)Afsenderanalyse (1,6 sider)AIDA-modellen (1,9 sider)Oplysningskampagner (1,5 sider)KIE-modellen (1,4 sider)KIE og Åbne-lukke-processen (1,2 sider) <p>Video:</p> <ul style="list-style-type: none">Microsoft Publisher 01 How to create a magazine cover in Publisher Layout in PagesCreate Beautiful PDF Worksheets in Pages for Mac [tutorial] <p>Metode:</p> <ul style="list-style-type: none">StoryboardKIE-modellen <p>Bøger:</p> <ul style="list-style-type: none">Kommunikation og IT C (2024) af Anna Fenger-Grøn, Peder Meyhoff og Systime A/S.Kommunikation og IT A (2018) af Systime. <p>IT:</p> <ul style="list-style-type: none">Microsoft Publisher – Har I igennem jeres Office pakke



	Pages til Mac Capcut – Gratis at downloade iMovie til Mac
Omfang	Anvendt uddannelsestid 20 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 Produktion: <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 Kernestof: Kommunikationsteori og medier <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• eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Design og visuel kommunikation <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 Produktudvikling og projektstyring <ul style="list-style-type: none">• idégenereringsværktøjer• fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mel-



	<p>lem afsender, producent og bruger</p> <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• brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Virtuelle arbejdsformer Projektarbejdsform Anvendelse af fagprogrammer Eksperimentelt arbejde</p>



Titel 2	Køb mig!
Indhold	<p>I dette forløb arbejder eleverne med en reklamekampagne for et hverdagsprodukt.</p> <p>Som moderne forbrugere er vi til daglig omgivet af reklamer. Der er mange spændende nye produkter, som lover os alt mellem himmel og jord. Men hvad med hverdagens helte? De produkter, som vi tager for givet og er en del af vores hverdag.</p> <p>I denne case skal eleverne lave en reklamekampagne for et hverdagsprodukt efter eget valg. Det kan være alt fra havregryn til mælk. Kendetegnet for produktet skal være at alle har et kendskab til det og at det er nemt tilgængeligt i et supermarked.</p> <p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none">• Finde et simpelt hverdagsprodukt og identificere dets funktion i hverdagen• Udvælge en specifik målgruppe til produktet• Skabe en kampagne med fokus på det meningsfulde i et simpelt produkt• Fortælle en kreativ historie om produktet <p>Det skal resultere i følgende kommunikationsprodukter:</p> <ul style="list-style-type: none">• En videoreklame til et valgfrit medie (som er afhængig af målgruppen). Til videoreklamen trækker hver gruppe to benspænd, som de skal inkorporere i videoen• To opslag til et selvvalgt socialt medie (mulighed for selv at vælge om det skal være posts eller reels)• Produktdesign af et nyt salgbart produkt, som er et redesign/limited edition eller en helt ny produkttype/ny indpakning• Sørge for en rød tråd mellem kommunikationsprodukterne <p>Teori til design:</p> <p>Farvesymbolik (4,1 sider)</p> <p>Farvernes terminologi (0,8 sider)</p> <p>Farveharmonier og kontraster (2 sider)</p> <p>Skitser (1,7 sider)</p> <p>Komposition (5,6 sider)</p> <p>BOV (1,8 sider)</p> <p>Overskuelighed – Gestaltlovene (1,9 sider)</p> <p>Variation – Kontrast (2 sider)</p> <p>5 Designprincipper (4,8 sider)</p> <p>Typografi (2,3 sider)</p> <p>Teori:</p>



	<p>Gallup kompasset (1,9 sider) Persona (3,1 sider) Maslows behovspyramide (2,4 sider) Kvantitative og kvalitative undersøger (3,7 sider) LEAP-modellen (1 side) Ophavsret og videndeling (1 side) Copyright (0,7 sider)</p> <p>Teori til filmiske virkemidler: Billedbeskæring (0,6 sider) Kameravinkler (<0,5 sider) Kamerabevægelse (0,8 sider) Klipning (2,4 sider) Lyd (0,5 sider)</p> <p>Bøger: Kommunikation og IT C (2024) af Anna Fenger-Grøn, Peder Meyhoff og Systime A/S. Kommunikation og IT A (2018) af Systime. Marketing – en grundbog i afsætning (2026) af Systime.</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid 26 moduler
Særlige fokus-punkter	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</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• 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">• 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 <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• brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Klasseundervisning Projektarbejdsform Anvendelse af fagprogrammer Skriftligt arbejde Eksperimentelt arbejde</p>



Titel 2.5	SO1 – Demokrati og medborgerskab Overvågning
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: Moodboard (0,7 sider) Sitemap (<0,5 sider) Navigationsstrukturer (0,5 sider) Wireframes (0,5 sider) Wireframes (2 sider – engelsk kilde) Brugervenlighed (<0,5 sider)</p> <p>Bøger: Kommunikation og IT A (2018) af Systime. Informatik B til EUX Merkantil (2019) af Systime. Informatik (2017) af Peder Meyhoff et al.</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid 5 moduler
Særlige fokus-punkter	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål</p> <p>Forundersøgelse:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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



	<ul style="list-style-type: none">• 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• forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov• 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 3	Eksamensprojektet
Indhold	Der udarbejdes et eksamensprojekt på baggrund af 1 af 11 mulige cases. Alle 11 cases dækker til sammen alle de faglige mål. Se oplæg
Omfang	Anvendt uddannelsestid 21 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 kommunikationssituationen• demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag Produktion: <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 Kernestof: Kommunikationsteori og medier <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 pro-



	<p>duktionsformer</p> <ul style="list-style-type: none">• 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

[Retur til forside](#)