



Undervisningsbeskrivelse

Termin	Juni 120
Institution	Tønder Handelsskole
Uddannelse	htx
Fag og niveau	Kommunikation og it C
Lærer	Lars Skovgård Laursen (LL)
Hold	2019htx1 HTX 1

Forløbsoversigt (11)

Forløb 1	Teori om kommunikation
Forløb 2	Trykt kommunikation
Forløb 3	Projekt - promovering af arrangement på biblioteket
Forløb 4	Digital kommunikation
Forløb 5	Filmisk kommunikation
Forløb 6	TV-nyheder
Forløb 7	Etik i kommunikation
Forløb 8	Interaktionsdesign, UX og webkommunikation
Forløb 9	Interaktionsdesign projekt
Forløb 10	Eksamensprojekt / årsprojekt
Forløb 11	Prøvetræning

Førløb 1: Teori om kommunikation

Førløb 1	Teori om kommunikation
Indhold	<p>Fokus på grundlæggende kommunikationsteori. Herunder: (K-kulturer, Målgrupper, Segmenter, K-modeller, K-arbejdets 6 faser)</p> <p>Noter: Læsestof til dette forløb: https://kommita.systime.dk/index.php?id=190 https://kommitc.systime.dk/index.php?id=233&L=0 https://kommita.systime.dk/index.php?id=119 https://kommita.systime.dk/index.php?id=118</p>
Omfang	2 lektioner / 1.5 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner</p> <p>Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og par-arbejde

Føreløb 2: Trykt kommunikation

Føreløb 2	Trykt kommunikation
Indhold	<p>Fokus på programintroduktion: Adobe Photoshop Adobe Illustrator Adobe Indesign</p> <p>Noter: Illustrator tutorials: https://helpx.adobe.com/dk/illustrator/how-to/a-i-basics-fundamentals.html?playlist=%2Fcontent%2Fhelp%2Fen%2Fccx%2Fv1%2Fcollection%2Fproduct%2Fillustrator%2Fcollection.ccx.js&guid=F1815AF05D1D42F6AB0D576441011580&product=ILST&product-version=23.0.6&location=CCXStart&location-version=2.7.2.13&trackingid=1NZGDC8F&mv=in-product# Tastatur genveje i Adobe Illustrator: https://helpx.adobe.com/illustrator/using/default-keyboard-shortcuts.html</p>
Omfang	8 lektioner / 6 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver Produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof: Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: basal farvelære Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper Produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd Digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps Digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og individuelt arbejde.

Forløb 3: Projekt - promovring af arrangement på biblioteket

Forløb 3	Projekt - promovring af arrangement på biblioteket
Indhold	<p>Fokus på at producere et eller flere trykte grafiske produkter, som markedsfører et konkret arrangement på det lokale bibliotek.</p> <p>Noter: Til i dag skal du have mindst ét produkt klar til testning.</p> <p>Opgaver: Projekt#1 - Grafisk produktion</p>
Omfang	12 lektioner / 9 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver Produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov Kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: basal farvelære Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper Produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer Produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger Produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder Etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd Digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</p>

Væsentligste arbejdsformer	Projektarbejde og vejledning
---------------------------------------	------------------------------

Forløb 4: Digital kommunikation

Forløb 4	Digital kommunikation
Indhold	<p>Fokus på digital kommunikation. Herunder: web 2.0 sociale medier datad- reven kommunikation præsentationsopgave</p> <p>Noter: https://kommitc.systeme.dk/index.php?id=233</p>
Omfang	2 lektioner / 1.5 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Forundersøgelse: analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag Produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof: Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: basal farvelære Etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde og peer-reviewing

Førløb 5: Filmisk kommunikation

Førløb 5	Filmisk kommunikation
Indhold	Fokus på grundlæggende filmiske virkemidler og produktionsteknikker.
Omfang	2 lektioner / 1.5 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Forundersøgelse: analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof: Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og gruppeøvelser

Forløb 6: TV-nyheder

Forløb 6	TV-nyheder
Indhold	Fokus på tv-nyheder som medieform. Noter: Læs: https://kommita.systime.dk/index.php?id=152&L=0 https://kommita.systime.dk/index.php?id=153&L=0 https://emu.dk/eud/it-og-digitalisering-/cybersikkerhed/videoer-om-it-sikkerhed-nar-du-er-pa-nettet https://kommita.systime.dk/index.php?id=151 https://kommita.systime.dk/index.php?id=147
Omfang	6 lektioner / 4.5 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper Produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer Produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Forløb 7: Etik i kommunikation

Forløb 7	Etik i kommunikation
Indhold	<p>Projekt hvor der skal udarbejdes et nyhedsindslag om sociale medier og deres påvirkning af unges dagligdag. Præsentation af produktet i forbindelse med forældreaften 8. januar 2020. SO1 - Etik i kommunikation (Dansk, Engelsk og Komm/IT)</p> <p>Noter: https://www.dr.dk/nyheder/udland/fbi-advarer-mod-russisk-udviklet-face-app-den-kan-udgoere-spionagetrusel https://www.dr.dk/nyheder/indland/derfor-gaar-danske-f-16-piloter-rundt-med-en-aeldgammel-nokia-telefon</p> <p>Opgaver: Etik i kommunikation - overvågning</p>
Omfang	16 lektioner / 12 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse: analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet</p> <p>Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt</p> <p>Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag</p> <p>Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde</p> <p>Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner</p> <p>Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver</p> <p>Produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer</p> <p>Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov</p> <p>Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer</p> <p>Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik</p> <p>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Design og visuel kommunikation: basal farvelære</p> <p>Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper</p> <p>Produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer</p> <p>Produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger</p> <p>Produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder</p> <p>Etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv</p> <p>Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd</p> <p>Digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Projektarbejde og vejledning</p>

Forløb 8: Interaktionsdesign, UX og webkommunikation

Forløb 8	Interaktionsdesign, UX og webkommunikation
Indhold	<p>Fokus på brugervenlighed i interaktionsdesign. Der er blevet arbejdet med adobe XD som prototype-designværktøj. Teoretisk fundament er hentet her: https://kommita.systime.dk/index.php?id=186 https://kommita.systime.dk/index.php?id=176 https://lawsOfUX.com/</p> <p>Noter: Læs projektoplægget igennem. Så gennemgår vi og retter det til i fællesskab.</p>
Omfang	10 lektioner / 7.5 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof: Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer Design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: basal farvelære Digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og individuelt arbejde

Forløb 9: Interaktionsdesign projekt

Forløb 9	Interaktionsdesign projekt
----------	----------------------------

<p>Indhold (1/3)</p>	<p>Interaktionsdesign - prototypeudvikling i Adobe XD</p> <p>Projektet handler om interaktionsdesign og udvikling af en prototype, med inddragelse af brugere/målgruppe.</p> <p>I skal udvikle en prototype til en innovativ app eller hjemmeside med en af nedenstående virksomheder/organisationer som afsender. Prototypen skal laves i programmet Adobe XD.</p> <p>I skal arbejde i grupper på 2-3 personer.</p> <p>Vælg hvilken af disse virksomheder-/organisationer, der skal være afsender på kommunikationsproduktet (appen eller hjemmesiden):</p> <p>McDonalds, Calvin Klein, Apple, Just Eat, Redbarnet, Cocio, Gyldendals Køgebog, Karolines køkken, Nike, Vans, Omega, Daniel Wellington, Starbucks, Skolemælk, Uddata+, North face, Select, Ralph Lauren, Diesel, Rotax, Arai, Dior, Yamaha, Riot eller Kosmos</p> <p>Der er indlagt nogle milepæle i forløbet, som I skal overholde.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. V- alg af afsendervirksomhed / -organisation 2. Brainstorm om kommunikationsproduktet: (se evt. https://informatik.systeme.dk/index.php?id=877) <ol style="list-style-type: none"> a. Skyd løs med ideer til hvad man skal kunne med kommunikationsproduktet b. Hvem er målgruppen for kommunikationsproduktet? (Brug Gallup kompas eller Minerva modellen her) - se evt. https://kommitc.systeme.dk/index.php?id=255 c. Hvilket behov skal kommunikationsproduktet tilfredsstille hos målgruppen? d. Hvordan ser brugssceneriet ud (tid, sted, situation)? - er der flere brugsscenerier? 3. Beslut jer for hvilken idé I vil forfølge og lav en kravsspecifikation til kommunikationsproduktet - se evt. https://informatik.systeme.dk/index.php?id=878 <p>F- ØRSTE MILEPÆL: PRÆSENTER JERES IDE OG KRAVSSPECIFIKATION FOR LL - uge 8</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Præsenter jeres idé for repræsentanter fra målgruppen. Noter de tilbagemeldinger, I får i forbindelse med præsentationen. 5. Foretag eventuelle ændringer i kravsspecifikationen, i henhold til de svar I fik fra målgruppen i pkt. 6. 6. Lav skitser over hvordan brugergrænsefladen skal se ud og over hvilke interaktionsmuligheder der skal være. (Tænk her over brugervenlighed. Jeres kommunikationsprodukt skal gerne være Let at lære, Let at huske, Effektivt at bruge, Forståeligt, Tilfredsstillende at bruge) - se evt. https://informatikbeux.systeme.dk/index.php?id=1078&L=0 <p>ANDEN MILEPÆL: PRÆSENTER JERES SKITSER FOR LL - senest uge 9</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Udarbejd nu første udkast i XD og skab sammenhæng mellem siderne. Her skal bl.a. huske at tænke på farvevalg, brug af billeder, typografivalg, placering af elementer, ensartethed i design, BOV, FTF, KISS, AIDA, Gestaltlovene og naturligvis https://lawsofux.com - Se evt. her: https://kommita.systeme.dk/index.php?id=239 8. Lave test-scenarie til en "tænke-højt-test" på første udkast af jeres prototy-
-----------------------------	--

Indhold (2/3)

pe. - Se evt. her: <https://www.kommunikationsforum.dk/artikler/taenke-hoejt-testen-for-klaret-for-dummies>

TREDJE MILEPÆL: PRÆSENTER TEST-SCENARIE OG FØRSTE UDKAST FOR LL - Senest uge 10

9. Gennemfør jeres første tænke-højt-test af prototypen.

10. Foretag ændringer i jeres design med baggrund i de konklusioner I kom til frem til i jeres test.

11-

. Foretag evt. iterationer (dvs. gentag foregående faser - altså test igen og forbedr yderligere på jeres kommunikationsprodukt)

12. Færdiggør

rapporten der dokumenterer jeres arbejde og processen.

FJERDE

MILEPÆL: AFLEVERE JERES FÆRDIGE PROTOTYPE OG RAPPORT TIL LL- uge 12

Ra-

pporten skal indeholde

- Skitser (placeres som bilag)

- En analyse af

det færdige produkt (her forklarer I, hvorfor I har valgt netop de virkemidler, som I har valgt). Se fx <https://kommitc.systime.dk/index.php?id=243> , <https://kommitc.systime.dk/index.php?id=245> , <https://kommitc.systime.dk/index.php?id=258> og <https://kommitc.systime.dk/index.php?id=259>

- Målgruppebeskrivelse - se fx <https://kommitc.systime.dk/index.php?id=255>

- Afsenderbeskrivelse (inkl. argumentation for valget af afsender) - se fx <https://kommitc.systime.dk/index.php?id=239>

- K-

ommunikationsanalyse (en analyse hvor I indsætter produktet i en realistisk kommunikationssituation) - se fx <https://kommitc.systime.dk/index.php?id=233>

- En gennemgang og vurdering af jeres testresultater

-

En beskrivelse af arbejdsfordelingen i gruppen

- En redegørelse for hv-

ordan processen er forløbet (svar på hvad I har gjort i forløbets forskellige faser og ikke mindst hvorfor)

- Refleksion over såvel process-

en som produkt (hvad gik godt og hvad kunne forbedres?)

Krav til rapp-

orten

Der skal være en forside, en indholdsfortegnelse, en kildeliste, sidetal og noteapparat (fodnoter).

Rapporten skal have et omfang

på 5-8 sider (ekskl. bilag, forside, litteraturliste og indholdsfortegnelse).

Rapporten udarbejdes i grupper.

Mundtlig præsentation

Efter

aflevering af projektet skal I forberede en mundtlig præsentation af projektet. Præsentationen skal forklare de designmæssige og teoretiske overvejelser der ligger bag udviklingen af jeres kommunikationsprodukt. Præsentationen skal vare ca. 10-12 i alt og herefter stiller jeg et par spørgsmål med udgangspunkt i fagets faglige mål, som relaterer sig til projektet.

<p>Indhold (3/3)</p>	<p>Bedømmelseskriterier</p> <p>Jeg bedømmer jeres projektbesvarelse som en helhed hvor jeg fokuserer på:</p> <ul style="list-style-type: none"> • inddragelse af teoretiske og metodiske overvejelser i forbindelse med fremstilling af kommunikationsproduktet • inddragelse af konstruktiv feedback i udarbejdelse af kommunikationsproduktet • perspektivering til etiske problemstillinger i forbindelse med projektet • omhu ved produktion af kommunikationsproduktet • evnen til at demonstrere overblik over kommunikationsproduktionen i sin kontekst • faglig indsigt og selvstændighed i den faglige dialog om projektet. <p>Faglige mål der er blevet arbejdet med i dette forløb:</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 • 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>Opgaver: Interaktionsdesign - prototypeudvikling i adobeXD</p>
<p>Omfang</p>	<p>12 lektioner / 9 timer</p>

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål: Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver Produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer Design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: basal farvelære Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper Produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer Produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger Produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder Etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd Digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps Digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Projektarbejde og vejledning</p>

Forløb 10: Eksamensprojekt / årsprojekt

Forløb 10	Eksamensprojekt / årsprojekt
Indhold	<p>I dette projektforsløb skulle eleverne vælge ét af fire mulige projektoplæg, som de ville arbejde videre med. De fire oplæg var:</p> <p>Projektoplæg 1 - Kampagne for SOS Børnebyerne Projektoplæg 2 - Informationsmateriale for Leos Plejecenter Projektoplæg 3 - Medlemsinformation til cykelklubben Kæden (fiktiv case) Projektoplæg 4 - PR og marketingmaterialer til specialbutikken Bønnen & Bladet (fiktiv case)</p> <p>Projektet danner grundlag for en evt. eksamen.</p> <p>Opgaver: Eksamensprojekt - Årsprojekt</p>
Omfang	20 lektioner / 15 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse: analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet</p> <p>Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt</p> <p>Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag</p> <p>Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde</p> <p>Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner</p> <p>Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver</p> <p>Produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer</p> <p>Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov</p> <p>Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer</p> <p>Kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</p> <p>Design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign</p> <p>Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik</p> <p>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Design og visuel kommunikation: basal farvelære</p> <p>Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper</p> <p>Produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer</p> <p>Produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsprodukter med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger</p> <p>Produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder</p> <p>Etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv</p> <p>Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd</p> <p>Digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps</p> <p>Digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Projektbaseret gruppearbejde.</p>

Forløb 11: Prøvetræning

Forløb 11	Prøvetræning
Indhold	Eleverne forsvarer individuelt deres eksamensprojekt. Fremlæggelser á ca. 15 min. varighed. Fokus på elevens evne til at fremdrage væsentlige elementer fra faget der er indgået i processen med at udvikle deres kommunikation-produkter. Desuden fokuseres der på dybden i elevens for- ståelse af fagets kernestof.
Omfang	2 lektioner / 1.5 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål: Forundersøgelse: analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver Produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer Kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: basal farvelære Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper Produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer Produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsprodukter med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger Produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder Etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd Digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps Digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Individuel fremlæggelse</p>