



Undervisningsbeskrivelse

Termin	Juni 121
Institution	Tønder Handelsskole
Uddannelse	5708
Fag og niveau	Kommunikation og it A
Lærer	Lars Skovgård Laursen (LL)
Hold	2020bkomIT2x

Forløbsoversigt (6)

Forløb 1	Droneprojekt - Del 1
Forløb 2	Droneprojekt - Del 2 (pilottest)
Forløb 3	Gys & Gru - hvorfor hygger vi os med voldelige film?
Forløb 4	HTML og CSS kursus
Forløb 5	Årsprojekt
Forløb 6	Studieretningscase

Førløb 1: Droneprojekt - Del 1

Førløb 1	Droneprojekt - Del 1
Indhold	<p>Hvad er droner og hvordan kan vi bruge dem i undervisningen? Eleverne får undervisning i droneteknologi, grundlæggende terminologi, metrologi, luftfartsregler, privatlivets fred, samtykke, love og regler. Eleverne skal tage et dronetegn. Træning i droneflyvning. Eleverne skal herefter udvikle et undervisningsforløb for EUX-merkantil elever med fokus på droner.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. undervisning i love og regler 2. undervisning i håndt-ering af en dronen 3. undervisning i planlægning af droneflyvning 4. flyvning og fotografering med en drone
Omfang	18 lektioner / 13.5 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen Forundersøgelse og -analyse: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen Forundersøgelse og -analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og problembaseret projektarbejde i grupper.

Førløb 2: Droneprojekt - Del 2 (pilottest)

Førløb 2	Droneprojekt - Del 2 (pilottest)
Indhold	Anden del af droneprojektet hvor eleverne skal undervise EUD-merkatil og EUX elever i droneteknologi og -flyvning.
Omfang	10 lektioner / 7.5 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål:</p> <p>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</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</p> <p>Produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppe-medlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefællesskaber</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</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>
Væsentligste arbejdsformer	Elev til elev undervisning

Forløb 3: Gys & Gru - hvorfor hygger vi os med voldelige film?

Forløb 3	Gys & Gru - hvorfor hygger vi os med voldelige film?
-----------------	--

<p>Indhold (1/2)</p>	<p>Fiktionsfilmprojekt i samarbejde med Engelsk A.</p> <p>Horrorgenren: https://levendebilleder.systime.dk/?id=221</p> <p>Podcast om gys og gru: https://audioboomb.com/posts/7629316-gys-og-gru-hvorfor-hygger-vi-os-med-voldelige-film</p> <p>Artikel om gysets påvirkning af den psykiske robusthed: https://videnskab.dk/kultur-samfund/boeh-gyser-fans-ser-ud-til-at-lide-mindre-af-corona-angst-ifoelge-nyt-studie</p> <p>Om næranalyse: https://levendebilleder.systime.dk/?id=158</p> <p>Filmiske virkemidler: https://levendebilleder.systime.dk/?id=136</p> <p>Synopsis, manuskript og storyboard: https://kommita.systime.dk/?id=164</p> <p>Målgruppeundersøgelser: https://kommita.systime.dk/?id=123</p> <p>Om ophavsret på internettet: https://kum.dk/kulturomraader/ophavsret/ophavsret-paa-internettet</p> <p>LOOK-SEE The Wedding Hand S1E1 Crypt TV Monster Universe Short Film https://www.youtube.com/watch?v=VUdR6vMucHU&list=PLfarU_76noqq6x-ZBx9ysQN5tDlxn_dgw&index=1</p> <p>LOOK-SEE The Mistress Mind S1E2 Crypt TV Monster Universe Short Film https://www.youtube.com/watch?v=mwC6vw5v7HE&list=PLfarU_76noqq6x-ZBx9ysQN5tDlxn_dgw&index=2&has_verified=1</p> <p>LOOK-SEE The Fathers Hug S1E3 Crypt TV Monster Universe Short Film https://www.youtube.com/watch?v=FiE_bMYTmQs&list=PLfarU_76noqq6x-ZBx9ysQN5tDlxn_dgw&index=3</p> <p>LOOK-SEE The Poisoned Pen S1E4 Crypt TV Monster Universe Short Film https://www.youtube.com/watch?v=YiFiiSgQEvM&list=PLfarU_76noqq6x-ZBx9ysQN5tDlxn_dgw&index=4</p> <p>Premiere-pro eller final cut pro X til redigering Canon 90D, Sony A7iii eller Panasonic ag-ac30 til optagelse Evt. eksternt lys Boom med shotgun mic til lyd</p>
-----------------------------	---

<p>Indhold (2/2)</p>	<p>I skal lave en gyserfilm til en specifik målgruppe.</p> <p>Kommunikationsproduktet: 3 minutters kortfilm. Genre: Gyser. Forundersøgelse: Målgruppen skal beskrives kort og præcist gennem segmentering og undersøgelse. Der skal udarbejdes pitch, manuskript og storyboard. Brugerinddragelse: Præ-produktionsmaterialet skal brugertestes. Der skal laves en testscreening inden final cut og aflevering af det endelige produkt.</p> <p>Afrapportering: Sammen med filmen afleveres der en projektrapport, der dokumenterer processen. Forventet omfang af rapporten ca. 10 ns. pr gruppe.</p> <p>Det er naturligvis tilladt at bruge skuespillere, der kommer udefra.</p> <p>Tidsplan: Uge 44: Teori om gyserfilm og hvorfor vi ser uhyggelige film Uge 45: Segmentering og beskrivelse af målgruppen Uge 46: Præ-produktion - pitch og manuskript (testoplæsning for testpublikum) Uge 47: Præ-produktion - storyboard, locationspotting og udstyrstestning Uge 48-50: Produktion - optagelser on location Uge 51-1: Post-produktion - redigering, asynkron lydproduktion, evt. retakes og rapportskrivning Uge 2: Post-produktion - evt. sidste hånd på redigeringen (fx colorg-rading og undertekstning), eksport af den færdige film, færdiggørelse af rapporten og aflevering</p>
<p>Omfang</p>	<p>36 lektioner / 27 timer</p>

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål:</p> <p>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</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse</p> <p>Produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering</p> <p>Produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere</p> <p>Produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppe-medlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</p> <p>Produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet</p> <p>Design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign</p> <p>Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation</p> <p>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer</p> <p>Design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper</p> <p>Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer</p> <p>Produktudvikling og -test: forskellige mediers udtryks- og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier</p> <p>Produktudvikling og -test: brugertests</p> <p>Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p>
------------------------------------	---

	<p>Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p> <p>Digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og problembaseret projektarbejde i grupper. Formativ løbende evaluering. Formativ afsluttende evaluering.

Forløb 4: HTML og CSS kursus

Forløb 4	HTML og CSS kursus
Indhold	<p>Eleverne lærer gennem tutorials de grundlæggende principper i HTML og CSS.</p> <p>Der er tale om et værktøjsforløb som skal bruges i projektsammenhæng senere.</p> <p>Eleverne har gennemført HTML, CSS, HTML5 og CSS3 kurserne på https://www.nemprogrammering.dk/. Efter hvert kursus har eleverne afleveret en mindre opsamlende opgave.</p> <p>Der har løbende været individuelle samtaler om deres opgavebesvarelser.</p>
Omfang	28 lektioner / 21 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppe-medlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</p> <p>Kernestof: Digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfiguration af interaktive systemer Digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</p>
Væsentligste arbejdsformer	Individuelt arbejde.

Forløb 5: Årsprojekt

Forløb 5	Årsprojekt
Indhold	<p>Årsprojekt hvor eleverne har fået til opgave at udvikle en (HTML og CSS) programmeret produkt, der tager udgangspunkt i det udleverede casebaserede projektoplæg.</p> <p>Projektoplægget kan ses her:</p> <p>https://fith-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/lars8109_toha_dk/EesgSR_W9KlOkwA5ABOAI0BiCWEWadETu7Yc1fhdXqqfA?</p> <p>Anvendte materialer:</p> <p>EON Realitys projekt "Interaktive Fortællinger": https://sites.google.com/view/interaktivefortaellinger/startside</p> <p>Padlet af ryerbanta "Digital storytelling Tools": https://padlet.com/ryerbanta/digitalstorytools</p> <p>Statens kunstfond "Honorarstøtte til rytmiske spillesteder": https://www.statens-tilskudspuljer.dk/kulturministeriet/slots-og-kulturstyrelsen/statens-kunstfond/140</p> <p>Kultunaut "Spillesteder i Danmark": https://www.kultunaut.dk/perl/stedlist/type-nynaut?Startnr=1&StedType=Spillested&Area=Hel%20Danmark&Godkendt=Alle</p> <p>Jon Yablonski "Laws of UX": https://lawsofux.com/</p> <p>W3schools: https://www.w3schools.com/html/</p> <p>Nemprogrammering.dk: https://www.nemprogrammering.dk/</p> <p>Css-tricks.com 'Look Ma, No Media Queries! Responsive Layouts Using CSS Grid': https://css-tricks.com/look-ma-no-media-queries-responsive-layouts-using-css-grid/</p>
Omfang	16 lektioner / 12 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål:</p> <p>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</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse</p> <p>Produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering</p> <p>Produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</p> <p>Produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen</p> <p>Produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsførhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst</p> <p>Design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper</p> <p>Produktudvikling og -test: forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi</p> <p>Produktudvikling og -test: brugertests</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: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p> <p>Digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	

Forløb 6: Studieretningscase

Forløb 6	Studieretningscase
Indhold	<p>Studieretningscasen er et samarbejdsprojekt mellem fagene Samfundsfag B og Kommunikation & IT A. Eleverne har fået udleveret et casemateriale, som de arbejder samme om i mindre gruppe i den indledende fase, for derefter selvstændigt at skrive deres egen besvarelse på opgaven.</p> <p>Til holdet er der lavet to caseoplæg med hvert deres tema:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Digital afhængighed2. Fake news <p>De to oplæg kan ses her:</p> <p>Digital afhængighed: https://fith-my.sharepoint.com/:w/g/personal/lars8109_toha_dk/EVTek6zgzqT9KuQGCoq3IHlwBaUeID2qbcZhEbqoaptu20A?e=Ph45tR</p> <p>Fake news: https://fith-my.sharepoint.com/:w/g/personal/lars8109_toha_dk/ETT1ziQqIIFOfCpXROyaQgBrZeyQSRLC9sfnt2dDFZm7g?</p>
Omfang	43 lektioner

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål:</p> <p>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</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</p> <p>Produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen</p> <p>Produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet</p> <p>Design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign</p> <p>Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation</p> <p>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer</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>Væsentligste arbejdsformer</p>	