



Undervisningsbeskrivelse

Termin	Juni 121
Institution	Tønder Handelsskole
Uddannelse	5708
Fag og niveau	Kommunikation og it A
Lærer	Kirsti Dana Jakobsen (KB)
Hold	2020bkomIT3x

Forløbsoversigt (4)

Forløb 1	Sundhed og Trivsel
Forløb 2	Kampagne - But WHY
Forløb 3	STOP MOTION
Forløb 4	Eksamensprojekt

Forløb 1: Sundhed og Trivsel

Forløb 1	Sundhed og Trivsel
Indhold	<p>Ud fra FN's verdensmål nr. 3, skulle eleverne hver især lave en plakat med information om, hvordan elever i 3.g undgår Covid-19-spredning på skolen. Plakaten skulle op og hænge oppe hos 3.G'erne på 1. sal på skolen.</p> <p>Eleverne måtte selv vælge, hvilket udtryk plakaten skulle have - den måtte være humoristisk, trist, romantisk, osv.</p> <p>Forløbet var også en form for opsamling på, hvad eleverne havde lært de sidste to skoleår, da jeg var ny lærer hos dem. En stor del af undervisningstimerne gik derfor til repetition.</p> <p>I opstartsfasen læste eleverne om FN's verdensmål nr. 3, hvor fokus var på: 3.3., 3.8 og 3.b. Det ledte over i en diskussion om Covid-19, hvor vi så på tidligere kampagner, også fra udlandet, som derefter ledte over i en problemanalyse ift. målgruppen, da vi på skolen på dette tidspunkt havde flere 3.g'ere hjemsendt, fordi de var testet positive for covid-19. Forløbet var derfor meget aktuelt. Eleverne arbejdede desuden med den kvalitative metode.</p> <p>-</p> <p>Eleverne arbejdede i faser og dokumenterede deres arbejde i en personlig logbog på TEAMS, som læreren kunne læse med i.</p>
Omfang	30 lektioner / 22.5 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: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</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: 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: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation</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: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation</p> <p>Design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer</p> <p>Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer</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>Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l.</p> <p>Digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer</p> <p>Digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af</p>
------------------------------------	--

	et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
Væsentligste arbejdsformer	Oplæg fra underviser Lektidelæsning Selvstændigt arbejde Klassefremlæggelser

Forløb 2: Kampagne - But WHY

Forløb 2	Kampagne - But WHY
Indhold	<p>Eleverne skulle i grupper lave en kampagnefilm. Kampagnefilmen skulle være en del af Sundhedsstyrelsens anti-rygning-kampagne "But WHY". Eleverne lærte om FEMO, kampagneplanlægning og filmredigering i Final Cut Pro. De lærte også at bruge gimbal. De producerede storyboard og arbejdede med forskellige brainstormingsteknikker. De analyserede flere af SST's kampagnefilm og beskæftigede sig mest med figuren "Ciggy".</p> <p>Litteratur:</p> <p>http://www.16-9.dk/2016/05/fem-o/ hele kapitlet: https://kommita.systeme.dk/?id=188 Hele kapitlet: https://kommita.systeme.dk/?id=185 http://htxelev.ucholstebro.dk/wiki/index.php?title=Den_udvidede_kommunikationsmodel</p> <p>https://www.sst.dk/da/Om-os https://www.sst.dk/da/opgaver/forebyggelse/indsatser/kampagner/aktuelle-kampagner/but-why</p> <p>https://www.facebook.com/BUT-WHY-139696173238019 https://www.youtube.com/channel/UCXMhABQR9IP7rTKe92Bf1ow</p> <p>Rapport: https://www.sst.dk/-/media/Udgivelser/2020/But-why-2019/Rapport-ButWhy-AAr3_Unges-kvantitativ.ashx?la=da&hash=C583DB704F811483C15ECD3D9F40BCE540E011D5</p> <p>Evaluerings: https://kommita.systeme.dk/?id=127</p> <p>Noter: https://kommita.systeme.dk/?id=127 Said, Anne, Eddie, Nicolaj og Henrik henter computere på skolen kl. 12.00. Vi mødes ved udstyrslokalet.</p>
Omfang	36 lektioner / 27 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: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</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>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: 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 mediefællesskaber</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</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>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 fo-</p>
------------------------------------	---

	<p>rmål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbeho- vet</p> <p>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både fas- te og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og proto- typer</p> <p>Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesv- ærktøjer</p> <p>Produktudvikling og -test: forskellige mediers udtryks - og produktion- sformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til fo- rskellige medier</p> <p>Produktudvikling og -test: projektledelse, herunder værktøjer til proc- esledelse i forbindelse med produktionen</p> <p>Produktudvikling og -test: forskellige distributionssystemer, deres op- bygning, 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 ti- lgang 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 ko- llaborativ skrivning</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Gruppearbejde Fremlæggelser Læroplæg Lektielæsning</p>

Forløb 3: STOP MOTION

Forløb 3	STOP MOTION
Indhold	<p>Eleverne skulle hjemme selv producere en STOP MOTION reklamefilm. Tønder Kommune hyrede dem som konsulenter, til at producere reklamefilmen, som kan tiltrække unge, ressourcestærke børnefamilier. De skulle foretage en kvalitativ undersøgelse samt teste produktet på to fra målgruppen.</p> <p>Eleverne fik to oplæg - et med Tønder Kommunes bosætningskoordinatorer og et med en kommunikationskonsulent fra kommunen.</p> <p>Opgaven var individuel. Eleverne brugte app'en "STOP MOTION Studio" og deres egne smartphones til at producere filmen med.</p> <p>Litteratur:</p> <p>https://kommita.systeme.dk/?id=185 https://www.youtube.com/watch?v=jMZkBSREbrs&feature=emb_logo&ab_channel=T%C3%B8nderKommune</p> <p>http://txelev.ucholstebro.dk/wiki/index.php?title=Den_udvidede_kommunikationsmodel</p> <p>https://kommita.systeme.dk/?id=121 https://kommita.systeme.dk/index.php?id=127#c201 https://kommita.systeme.dk/?id=118 https://kommitc.systeme.dk/index.php?id=255</p> <p>https://tns-gallup.dk/kompas-segmenter https://kommita.systeme.dk/index.php?id=244 https://conzoom.dk/ https://www.dst.dk/da/Statistik/bagtal/2011/2011-07-011-unge-forlader-provinsen https://www.bolius.dk/10-fordomme-om-at-bo-paa-landet-passer-de-23981</p> <p>https://www.kl.dk/nyhed/2013/oktober/mange-danskere-droemmer-om-at-flytte-paa-landet/</p> <p>https://www.toender.dk/service-og-selvbetjening/flyt-til-tonder-kommune/</p> <p>https://finans.dk/artikel/ECE5756458/Vil-du-bo-billigt%3F-Flyt-til-T%C3%B8nder/?ctxref=ext</p> <p>https://www.information.dk/moti/2015/05/valgt-udkanten https://www.youtube.com/watch?v=0JaGBIf6m8&ab_channel=StopmotionTube</p> <p>Noter: I skal have interviewet to personer for målgruppen: Unge børnefamilier.</p>
Omfang	20 lektioner / 15 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: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</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: 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: 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>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</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>Brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsførhold 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: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper</p> <p>Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative proces-</p>
------------------------------------	---

	<p>ærktøjer</p> <p>Produktudvikling og -test: forskellige mediers udtryks - og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier</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>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>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Individuelt arbejde</p> <p>Oplæg udefra</p> <p>Oplæg fra lærer</p> <p>Fremlæggelser</p> <p>Lektielæsning</p>

Forløb 4: Eksamensprojekt

Forløb 4	Eksamensprojekt
Indhold	<p>Oplægget kan ses her: https://sway.office.com/sO3WgI3QUjHGGaFr?ref=L-ink</p> <p>Noter: Medbring udstyret. ETIK: https://kommitc.systime.dk/?id=276 Databeskyttelsesloven: https://www.datatilsynet.dk/databeskyttelse/hvornaar-behandler-du-personoplysninger GDPR: https://gdpr.dk/ Ophavsretten: https://kum.dk/kulturomraader/ophavsret</p> <p>Husk at medbring det lånte udstyr (MAC - Said) - (Gimbal + oplader + smartphoneholder - Brink)</p>
Omfang	36 lektioner / 27 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: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</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>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: 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 mediefællesskaber</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</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>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>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: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen</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 programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer</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	Gruppearbejde/individuel arbejde