



## Undervisningsbeskrivelse

<b>Termin</b>	Juni 121
<b>Institution</b>	Tønder Handelsskole
<b>Uddannelse</b>	5708
<b>Fag og niveau</b>	Kommunikation og it C
<b>Lærer</b>	Kirsti Dana Jakobsen (KB)
<b>Hold</b>	2020htx1

### Forløbsoversigt (5)

<b>Forløb 1</b>	Introduktion - medier og kommunikation
<b>Forløb 2</b>	Kampagne - BUT WHY?
<b>Forløb 3</b>	SO1 - Etik i kommunikation
<b>Forløb 4</b>	STOP MOTION
<b>Forløb 5</b>	Eksamensprojekt

## Førløb 1: Introduktion - medier og kommunikation

<b>Førløb 1</b>	Introduktion - medier og kommunikation
<b>Indhold</b>	<p>Eleverne fik som opstart forskellige cases, som skulle analyseres ud fra introducerede modeller som AIDI, Gallup, Minerva og den Udvidede Kommunikationsmodel.</p> <p>Som afslutning skulle eleverne producere en lille film, hvori de viste de 4 FEMO principper. Målgruppen og genren måtte de selv bestemme. Til sidst viste de filmene for klassen og reflekterede over processen og om målgruppen var ramt.</p> <p>Litteratur:</p> <p>Kommunikation og IT C, Systime, kapitel 1 og 2: <a href="https://kommitc.systime.dk/?id=237">https://kommitc.systime.dk/?id=237</a></p> <p>FEMO: Fire veje til filmiske frames, Dorte Granild, 2016. <a href="http://www.16-9.dk/2016/05/femo/">http://www.16-9.dk/2016/05/femo/</a></p>
<b>Omfang</b>	14 lektioner / 10.5 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<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>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: 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>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler</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>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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Gruppearbejde</p> <p>Fremlæggelser</p> <p>Klasseundervisning - oplæg fra underviser</p>

## Forløb 2: Kampagne - BUT WHY?

<b>Forløb 2</b>	Kampagne - BUT WHY?
<b>Indhold</b>	<p>Eleverne skulle i grupper lave en kampagnefilm. Kampagnefilmen skulle være en del af Sundhedsstyrelsens anti-rygning-kampagne &amp;quot;But WHY&amp;-quot;. Eleverne lærte om FEMO, kampagneplanlægning og filmredigering i Final Cut Pro. De lærte også at bruge gimbals. De producerede storyboards og arbejdede med forskellige brainstormingsteknikker. De analyserede flere af sundhedsstyrelsens kampagnefilm og beskæftigede sig mest med figuren Ciggy.</p> <p>Litteratur:</p> <p><a href="http://www.16-9.dk/2016/05/femo/">http://www.16-9.dk/2016/05/femo/</a>          hele kapitlet: <a href="https://kommita.systime.dk/?id=188">https://kommita.systime.dk/?id=188</a>          Hele kapitlet: <a href="https://kommita.systime.dk/?id=185">https://kommita.systime.dk/?id=185</a>  <a href="http://htxelev.ucholstebro.dk/wiki/index.php?title=Den_udvidede_kommunikationsmodel">http://htxelev.ucholstebro.dk/wiki/index.php?title=Den_udvidede_kommunikationsmodel</a></p> <p><a href="https://www.sst.dk/da/Om-os">https://www.sst.dk/da/Om-os</a>  <a href="https://www.sst.dk/da/opgaver/forebyggelse/indsatser/kampagner/aktuelle-kampagner/but-why">https://www.sst.dk/da/opgaver/forebyggelse/indsatser/kampagner/aktuelle-kampagner/but-why</a></p> <p><a href="https://www.facebook.com/BUT-WHY-139696173238019">https://www.facebook.com/BUT-WHY-139696173238019</a>  <a href="https://www.youtube.com/channel/UCXMhABQR9IP7rTKe92Bf1ow">https://www.youtube.com/channel/UCXMhABQR9IP7rTKe92Bf1ow</a></p> <p>Rapport: <a href="https://www.sst.dk/-/media/Udgivelser/2020/But-why-2019/Rapport-ButWhy-AAr3_Ungekvantitativ.ashx?la=da&amp;hash=C583DB704F811483C15ECD3D9F40BCE540E011D5">https://www.sst.dk/-/media/Udgivelser/2020/But-why-2019/Rapport-ButWhy-AAr3_Ungekvantitativ.ashx?la=da&amp;hash=C583DB704F811483C15ECD3D9F40BCE540E011D5</a></p> <p>Evaluering: <a href="https://kommita.systime.dk/?id=127">https://kommita.systime.dk/?id=127</a></p> <p>Litteratur:</p> <p>Kommunikation og IT A, systime, side 320: <a href="https://kommita.systime.dk/?id=320">https://kommita.systime.dk/?id=320</a></p> <p>Noter:          Fremlæggelsen skal være færdig.</p>
<b>Omfang</b>	14 lektioner / 10.5 timer

<b>Særlige fokuspunkter</b>	<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>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: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og op-havsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	

### **Forløb 3: SO1 - Etik i kommunikation**

<b>Forløb 3</b>	SO1 - Etik i kommunikation
-----------------	----------------------------

## Indhold (1/2)

Eleverne skulle i dette første SO-forløb arbejde med fagene engelsk, dansk og kommunikation og it. I kommunikation og it skulle eleverne i gruppe arbejde med hver deres sociale medie og se på fordele og (is-ær) ulemper ved mediet, men fokus på, hvad det sociale medie indsamle af data om brugeren. Derudover skulle de arbejde med databeskyttelsesloven, for at opnå kendskab til, hvilke rettigheder brugerne har. Til sidst skulle de i grupper producere en plakat i Adobe Illustrator, som oplyste om deres medie. De måtte selv vælge udtryksform, det eneste krav var, at det skulle printes i A3 og at målgruppen var HHX-eleverne på skolen. De skulle fremlægges for SO-lærerne og klassen. Dette foregik virtuelt.

Derudover deltog elever i et virtuelt oplæg om digital dannelse ved center for digital dannelse v. Emilie Hendel Møller.

De 4 sociale medier, eleverne arbejde med, var; TIK TOK, Facebook, Instagram og SnapChat.

Litteratur:

- Databeskyttelsesloven: <https://www.datatilsynet.dk/generelt-om-databeskyttelse/lovgivning>

- Op-havsretten: <https://kommitc.systeme.dk/index.php?id=275#c1114>

- Etik og moral: <https://kommitc.systeme.dk/index.php?id=276#c1122>

- Ko-munikationsmodel: [http://htx-elev.ucholstebro.dk/wiki/index.php?title=Den\\_udvidede\\_kommunikationsmodel](http://htx-elev.ucholstebro.dk/wiki/index.php?title=Den_udvidede_kommunikationsmodel) (er tidligere gennemgået)

Layout

med BOV: <https://kommita.systeme.dk/?id=239>

- TIK TOK: <https://www.dr.dk/nyheder/viden/teknologi/efter- alvorlig-kritik-af-sikkerheden-paa-tiktok-nu-vil-tjenesten-samarbejde>

- Facebook: <https://www.dr.dk/nyheder/viden/teknologi/konto-eller- ej-saadan-bruger-facebook-hemmelige-data-om-dig>

- Facebook: <https://www-berlingske.dk/virksomheder/ny-facebook-funktion-skal-begraense-dataindsamlingen-der-er-et>

- Instagram: <https://www.version2.dk/artikel/marketingfirma-indsamler-millioner-instagram-brugeres-stories-lokalitetsdata-1088645>

- Facebook: <https://www.berlingske.dk/internationalt/zuckerberg-facebook-har-begaaet-fejltagelser-med-cambridge-analytica>

- Snapchat: <https://www.berlingske.dk/virksomheder/snapchat-stopper-sporing-af-teenagere>

Vi har set:

Afsnit 6 af DR3 udsendelsen: "Mit liv er stjålet" <https://www.dr.dk/tv/se/mit-liv-er-stjalet-/mit-liv-er-stjalet-1-6#!/00:01>

The Social Dilemma, Netflix, 2020: <https://www-netflix.com/dk/title/81254224>

Noter:

Læs: <https://kommitc.systeme.dk/index.php?id=276&L=0#c1120> om EU's dat-

<b>Indhold (2/2)</b>	<p>abeskyttelsesforordning</p> <p>- Læs følgende hjemme: TIK TOK: <a href="https://www.dr.dk/nyheder/viden/teknologi/efter-alvorlig-kritik-af-sikkerheden-paa-tiktok-nu-vil-tjenesten-samarbejde">https://www.dr.dk/nyheder/viden/teknologi/efter-alvorlig-kritik-af-sikkerheden-paa-tiktok-nu-vil-tjenesten-samarbejde</a></p> <p>- Facebook: <a href="https://www.dr.dk/nyheder/viden/teknologi/konto-eller-ej-s-aadan-bruger-facebook-hemmelige-data-om-dig">https://www.dr.dk/nyheder/viden/teknologi/konto-eller-ej-s-aadan-bruger-facebook-hemmelige-data-om-dig</a> - Facebook: <a href="https://www.berlingske.dk/virksomheder/ny-facebook-funktion-skal-begraense-dataindsamling-mender-er-et">https://www.berlingske.dk/virksomheder/ny-facebook-funktion-skal-begraense-dataindsamling-mender-er-et</a></p> <p>- Instagram: <a href="https://www.version2.dk/artikel/marketingfirma-indsamler-millioner-instagram-brugeres-stories-lokalitetsdata-1088645">https://www.version2.dk/artikel/marketingfirma-indsamler-millioner-instagram-brugeres-stories-lokalitetsdata-1088645</a> - Facebook: <a href="https://www.berlingske.dk/international/zuckerberg-facebook-har-begaaet-fejltagelser-med-cambridge-analytica">https://www.berlingske.dk/international/zuckerberg-facebook-har-begaaet-fejltagelser-med-cambridge-analytica</a> - Snapchat: <a href="https://www.berlingske.dk/virksomheder/snapchat-stopper-sporing-af-teenagere">https://www.berlingske.dk/virksomheder/snapchat-stopper-sporing-af-teenagere</a></p>
<b>Omfang</b>	8 lektioner / 6 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse: analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet</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: 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: 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: basal farvelære</p> <p>Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper</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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuel arb.form</li> <li>• Gruppe arb.form</li> <li>• Informationssøgning</li> <li>• Præsentations-teknik af mundtlige fremlæggelser</li> </ul> <p>* Oplæg udefra (center for digital dannelse)</p>

## Forløb 4: STOP MOTION

Forløb 4	STOP MOTION
Indhold	<p>Eleverne fik til opgave, at skulle formidle gode råd om coronahåndtering på en let forståelig måde, fx hvordan man kan holde kontakten med sine venner, men stadigvæk overholde coronarådene. Opgaven var et samarbejde med Tønder Kommunes kommunikationsafdeling og målgruppen var børn og unge 10-20 år bosat i Tønder Kommune.</p> <p>Krav:</p> <p>Hvis I vælger at bruge musik eller billeder, skal I have rettigheder til det.</p> <p>Filmene skal være en stop-motion film OG være minimum 30 sek., max 2 minutter lang.</p> <p>Brug Lego, modellervoks, pap – kun fantasien sætter grænser.</p> <p>I skal interviewe 2 fra målgruppen til jeres forundersøgelse plus teste produktet på 1 fra målgruppen.</p> <p>Litteratur:</p> <p>Sådan smitter denne virus:  <a href="https://www.sst.dk/da/corona/COVID-19-og-ny-coronavirus/Saadan-smitter-ny-coronavirus">https://www.sst.dk/da/corona/COVID-19-og-ny-coronavirus/Saadan-smitter-ny-coronavirus</a></p> <p>Særligt til unge:  <a href="https://www.sst.dk/da/corona/-Forebyg-smitte/Saerligt-til-unge">https://www.sst.dk/da/corona/-Forebyg-smitte/Saerligt-til-unge</a></p> <p>Trivsel og mental sundhed:  <a href="https://www.sst.dk/da/corona/Yderligere-information/Trivsel-og-mental-sundhed">https://www.sst.dk/da/corona/Yderligere-information/Trivsel-og-mental-sundhed</a></p> <p>Hold dig mental aktiv:  <a href="https://www.sst.dk/da/Udgivelser/2020/Film_Hold-dig-mentalt-aktiv">https://www.sst.dk/da/Udgivelser/2020/Film_Hold-dig-mentalt-aktiv</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=jMZkBSREbrs&amp;feature=emb_logo&amp;ab_channel=T%C3%B8nderKommune">https://www.youtube.com/watch?v=jMZkBSREbrs&amp;feature=emb_logo&amp;ab_channel=T%C3%B8nderKommune</a></p> <p>Kvalitativ metode: <a href="https://kommita.systemtime.dk/?id=121">https://kommita.systemtime.dk/?id=121</a>.  Interviewguide: <a href="https://kommita.systemtime.dk/index.php?id=127#c201">https://kommita.systemtime.dk/index.php?id=127#c201</a>  Mindmap: <a href="https://kommita.systemtime.dk/index.php?id=244">https://kommita.systemtime.dk/index.php?id=244</a>  Stop motion studio: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=0JaGBIfé6m8&amp;ab_channel=StopmotionTube">https://www.youtube.com/watch?v=0JaGBIfé6m8&amp;ab_channel=StopmotionTube</a></p> <p>Noter:  Lav grupper, max 3 i hver gruppe.  Find to interviewpersoner i målgruppen. Jeres interviewguide med 10 spørgsmål skal være afleveret på Uddata.  Delaflevering 3 og 4.</p>
Omfang	24 lektioner / 18 timer



<p><b>Særlige fokuspunkter</b></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  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 op-havsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter  Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof:  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: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler  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  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>
<p><b>Væsentligste arbejdsformer</b></p>	<p>Individuelt arbejde  Fremlæggelser  Oplæg fra underviser  Oplæg udefra (Tønder kommune - kommunikationskonsulent)</p>

## Forløb 5: Eksamensprojekt

Forløb 5	Eksamensprojekt
----------	-----------------

<p><b>Indhold</b></p>	<p>Eleverne kunne vælge imellem følgende opgaver:</p> <p>Markedsføring: Lav på baggrund af en forundersøgelse af en selvvalgt målgruppe, en markedsføringsplan og en hjemmeside for en mindre virksomhed, som enten eksisterer i virkeligheden, eller som I selv finder på (husk at alle sundhedsmyndighedernes retningslinjer skal overholdes). Det kunne fx være en dansk virksomhed, som sælger energibarer. Hav fokus på designregler, brugervenlighed, etik og brugertest. Overvej også, hvordan virksomheden skal lancere den nye hjemmeside. Test hjemmesiden på én eller flere fra målgruppen.</p> <p>Kampagnefilm: Lav på baggrund af en forundersøgelse af en selvvalgt målgruppe en kampagnefilm, der informerer om faren ved at dele nøgenbilleder. Måske har I et vigtigt budskab omkring deling af nøgenbilleder på hjerte, som bedst kan formidles som dokumentar, eller måske vil jeres pointe stå skarpere som fiktion eller stop motion? Bestem jer for genren, og brug jeres viden om filmiske virkemidler (FEMO) til at formidle budskabet, som samtidig fastholder målgruppen. Overvej, hvilke etiske og lovgivningsmæssige udfordringer, som formidlingen rummer. Lav et storyboard, og vedlæg i rapporten. Kom med forslag til, hvilke kanaler, filmen bør udsendes på og hvorfor.</p> <p>Podcast: Er I nogen sinde blevet tryllebundet af en fortælling uden billeder? Måske har I fået indblik i et helt nyt område eller har fået forståelse for mennesker eller situationer, som I ikke tidligere har haft sympati for? I denne opgave skal I på baggrund af en forundersøgelse af en selvvalgt målgruppe, lave en podcast. Det stiller især krav til en god lydside og evnen til at fortælle historier. Overvej, hvilke fortælleteknik, som I kan benytte jer af, så lytteren bliver fastholdt gennem hele udsendelsen. Vælg selv et emne, det kunne fx være online undervisning ud fra elevsynspunkt, og overvej, hvilke etiske tanker man skal gøre sig i forbindelse med podcasten. Søg inspiration i fortællinger fra for eksempel Politikens "Third Ear" eller podcasts, som I selv lytter til. Tag også stilling til relevant lovgivning, som for eksempel ophavsretslovgivningen. Overvej også, hvordan podcasten skal markedsføres.</p> <p>Litteratur:</p> <p>Gestaltlovene: <a href="https://kommitc.systime.dk/index.php?id=277#c1145">https://kommitc.systime.dk/index.php?id=277#c1145</a>  Webdesign: <a href="https://kommitc.systime.dk/?id=265">https://kommitc.systime.dk/?id=265</a></p> <p>Noter:  Læs igen: <a href="https://kommitc.systime.dk/index.php?id=265#c1211">https://kommitc.systime.dk/index.php?id=265#c1211</a>  læs: <a href="https://kommitc.systime.dk/?id=248">https://kommitc.systime.dk/?id=248</a> og <a href="https://kommita.systime.dk/index.php?id=131#c208">https://kommita.systime.dk/index.php?id=131#c208</a></p>
<p><b>Omfang</b></p>	<p>32 lektioner / 24 timer</p>

<p><b>Særlige fokuspunkter</b></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>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><b>Væsentligste arbejdsformer</b></p>	