



Undervisningsbeskrivelse

Termin	Juni 122
Institution	Tønder Handelsskole
Uddannelse	htx
Fag og niveau	Kommunikation og it A
Lærer	Lars Skovgård Laursen (LL)
Hold	2021bkomIT3x

Forløbsoversigt (7)

Forløb 1	Evaluering af årsprojekt
Forløb 2	Kampagner og kommunikationsplanlægning
Forløb 3	Projekt: Kampagne for UV-behandlet mælk
Forløb 4	Kommunikation via AR
Forløb 5	Digital portfolio
Forløb 6	Eksamensprojekt
Forløb 7	Repetition

Forløb 1: Evaluering af årsprojekt

Forløb 1	Evaluering af årsprojekt
Indhold	<p>Mundtlig præsentation af produktion af årsprojektet, der blev afleveret umiddelbart inden sommerferien. Fokus skal være på disse fire ting:-</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hvilke IT-mæssige værktøjer har været centrale i udviklingen og hvordan er de blevet anvendt? 2. Hvem er målgruppen for kommunikation i produktet. Her skal der fortages en nøje og argumenteret målgruppebeskrivelse som bliver afspejlet i produktet. 4. Overvej herefter hvordan du løbende kunne indsamle data og dermed viden om hvem dine brugere er. 3. Skitser en plan over hvordan du med brugerinddragelse kunne styrke udviklingsprocessen af dit produkt <p>Individuelle fremlæggelser som samtidig er en øvelse i prøvesituationen.</p>
Omfang	10 lektioner / 7.5 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering Produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter 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 Produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen 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: Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Produktudvikling og -test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen Produktudvikling og -test: brugertests</p>
Væsentligste arbejdsformer	Individuel forberedelse og fremlæggelse.

Førløb 2: Kampagner og kommunikationsplanlægning

Førløb 2	Kampagner og kommunikationsplanlægning
Indhold	<p>Teoretisk førløb om planlægning, gennemførelse og evaluering af kampagnekommunikation med udgangspunkt i Sepstrups kampagnemodell som den præsenteres i kapitel 6 i kommita.systeme.dk</p> <p>Anvendt materiale: Moe, Simon et al.: - Kommunikation & IT A - Kapitel 6 Kampagner og kommunikationsplanlægning, Systeme, 2022</p> <p>Noter: Læs afsnittet om målgrupper målsætninger til i dag: 6.4 Målsætninger og målgrupper Læs afsnit 6.6 og underafsnit til i dag: Budskab Læs kapitel 6.8 og 6.9 til i dag: Evaluering af kampagnens effekt Kampagnens omkostninger</p>
Omfang	10 lektioner / 7.5 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: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation Forundersøgelse og -analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse</p> <p>Kernestof: Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation Brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst Brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv</p>
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 3: Projekt: Kampagne for UV-behandlet mælk

Forløb 3	Projekt: Kampagne for UV-behandlet mælk
Indhold	<p>Kampagneplanlægningprojekt der tager udgangspunkt i ny teknologi, der på sigt muligvis vil erstatte homogeniseringsprocessen. Opgaven er at lave en fiktiv kampagne, der skal kommunikere til målgruppen, hvad den nye teknologi er og hvorfor den er så fantastisk.</p> <p>https://www.dr.dk/nyheder/indland/paa-mejeriet-i-them-er-osten-uv-behandlet-lys-kan-maaske-erstatte-150-aar-gammel</p> <p>Der skal skrives en projektrapport på 10-15 normalsider.</p> <p>Projektoplægget som eleverne arbejdede ud fra:</p> <p>Case: Them Andelsmejeri har som et af de første mejerier taget en ny og potentiel revolutionerende metode i brug i dele af deres produktion. Det drejer sig om UV-behandling af mejeriprodukter. En behandlingsmetode, som erstatter den mere 150 år gamle pasteuriseringsmetode. Teknologien bag metoden er udviklet af den nordjyske virksomhed Lyras A/S.</p> <p>Der er imidlertid en ganske anselig skepsis i befolkningen når det kommer til bestråling af fødevarer. Them Andelsmejeri håber på at kunne lave en oplysende kampagne, der kan ændre holdningen hos den skeptiske del af befolkningen. Det er der både nogle økonomiske grunde til, men der ligger også nogle bæredygtighedsgevinster gemt i UV-teknologien.</p> <p>Start med at læse denne artikel fra DR: På mejeriet i Them er osten UV-behandlet</p> <p>Opgaven: Det er jeres opgave at planlægge en kommunikationskampagne, som kan hjælpe Them Andelsmejeri med at få vendt den udbredte skepsis til UV-teknologien i mejeriproduktion.</p> <p>Det kræver, at I indledningsvis laver en del research omkring teknologien i sig selv, Lyras A/S og Them Andelsmejeri. Dette vil være de første to trin af planlægningsarbejdets 8 trin, som følger Sepstrups model til strategisk kampagneplanlægning. I skal i det hele taget sætte den viden, I har fra kapitel 6 i anvendelse i dette projekt.</p> <p>Jeres kampagneplanlægning skal udmønte sig i en konkret kommunikationsplan.</p> <p>Udover selve planen skal I lave et passende antal eksemplariske kommunikationsprodukter.</p> <p>Projektet afsluttes med en individuel eksamenslignende fremlæggelse.</p>
Omfang	32 lektioner / 24 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	<p>Gruppebaseret projektarbejde med løbende vejledning. Afsluttes med individuel eksamenslignende fremlæggelse.</p>

Førløb 4: Kommunikation via AR

Førløb 4	Kommunikation via AR
Indhold	<p>Kort førløb hvor eleverne arbejder med produktion af kommunikationsprodukter med AR-lag. De bruger programmet Zap Works til at lave AR lag-et på deres kommunikationsprodukter.</p> <p>Arbejdet har været casebaseret og individuelt.</p> <p>Casen der blev arbejdet med lød således: Jysk rejsebureau vil gerne til at udnytte AR i deres markedsføring. Det er nyt for dem og de vil derfor gerne have udviklet en prototype til en plakat som integrerer AR-elementer, så de kan danne sig et indtryk af potentialet.</p> <p>De kunne godt forestille sig de endelige AR-plakater skulle bruges til outdoor promotion. De stiller nogle minimumskrav til hvad prototypen skal indeholde:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Plakaten skal tydeligt vise at det Jysk Rejsebureau, der er afsenderen2. Plakat-prototypen skal være i A4 størrelse3. Der skal være minimum én scene med billeder i AR4. Der skal være minimum én video i AR5. Der skal være mulighed for at bevæge sig videre (til flere scener) ved hjælp af knapper i AR <p>Det er din opgave at lave sådan en plakat.</p>
Omfang	4 lektioner / 3 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</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: 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>Kernestof:</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>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>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Individuelt casebaseret produktionsarbejde</p>

Forløb 5: Digital portfolio

Forløb 5	Digital portfolio
Indhold	Opsamling på de forløb som eleverne har været igennem i faget. Alle væsentlige forløb samles og beskrives af eleven i en digital portfolio. Den digitale portfolio er individuel og bliver programmeret af eleven selv. Den digitale portfolio og opsamlingen hjælper eleverne med at genopfriske deres faglige viden inden det forestående eksamensprojekt.
Omfang	8 lektioner / 6 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>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>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Individuelt arbejde med planlagt vejledningssamtale undervejs.</p>

Forløb 6: Eksamensprojekt

Forløb 6	Eksamensprojekt
Indhold	<p>Som afslutning på faget udarbejdes der et større projekt, som danner grundlag for projektprøven i faget. Arbejdet med det afsluttende projekt har et omfang på ca. 30 timers undervisningstid og ca. 10 timers fordybelsestid. Projektet gennemføres som gruppearbejde, med mindre særlige faglige hensyn gør sig gældende. Der må højst være fire personer i hver gruppe. På baggrund af et projektoplæg fra læreren, afgrænser, dokumenterer og vurderer gruppen, i samarbejde med læreren, en relevant problemstilling, der omhandler emner, der indgår i fagets kerne- stof eller supplerende stof. Projektet skal bestå af et eller flere kommunikationsprodukter samt en skriftlig rapport af et omfang svarende til 10-15 normalsider for en elev og et tillæg svarende til fem normalsider yderligere pr. elev i gruppen. En normalside har et omfang a 2400 anslag inklusiv mellemrum, eksklusive forside, resumé, figurer, tabeller, illustrationer, noter, litteraturliste og bilag. Op til 20 % af den skriftlige rapport kan afløses af multimodale rapportelementer. Projektet skal indeholde en forundersøgelse og produktionsfase samt en endelig test af kommunikationsproduktet/produkterne. Den skriftlige rapport skal dokumentere, i hvilken grad gruppen har nået de faglige mål, jf. pkt. 2.1. Afleveringstidspunktet for projektet er senest en uge inden eksamensperiodens begyndelse. Gruppen har fælles ansvar for det afleverede. Elevens individuelle arbejde med det afsluttende projekt skal indgå i grundlaget for den afsluttende standpunktskarakter i faget.</p>
Omfang	44 lektioner / 33 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>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Gruppearbejde og vejledning</p>

Forløb 7: Repetition

Forløb 7	Repetition
Indhold	<p>Afsluttende forløb hvor vi samler op på hængepartier, ser på aktuelle fænomener og fokuserer på den kommende eksamen.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Teoretisk gennemgang af kapitlerne 9, 10 og 12 i form af elevoplæg i plenum - fokus var her på at eleverne relaterede stoffet til deres eksamensprojekt.2. Skriveøvelse med udgangspunkt i kapitel 3 - her skulle eleverne i grupper lave et samlet tekst om det faglige indhold fra kapitlet (Data drevet kommunikation) som var relevant i forhold til deres eksamensprojekt.3. Præsentation af eksamensprojekt for 1. g'erne - her fik eleverne til opgave at forberede en præsentation af deres netop afleverede eksamensprojekt, som de skulle fremlægge for 1.g eleverne. (Der er ikke foregået vurdering eller evaluering fra underviser i denne forbindelse).4. Debat om tech-firmaers rolle i forhold til demokrati og ytringsfrihed - med udgangspunkt i Debatten udsendelsen -Truer tech demokratiet - fra 28/4-2022, havde vi en plenum debat om fordele og ulemper ved, at kritisk infrastruktur som sociale medier er gået hen og blevet, er koncentreret på ganske få hænder.5. Gennemgang af bekendtgørelsen og hvad er den gode fremlæggelse - fælles gennemgang af hvordan eksaminationen kommer til at foregå og hvordan man som elev bedst muligt kan forberede sig til denne eksamen. <p>Anvendt materiale:</p> <p>Noter: Læs kapitel 3: Datadrevet kommunikation (minus 3.8, 3.10 og 3.12)</p>
Omfang	12 lektioner / 9 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: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter</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 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>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, 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>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	Blandet: Klasseundervisning, gruppearbejde, individuel, præsentation i grupper og plenumdebat.