



Undervisningsbeskrivelse

Termin	June 2022
Institution	Tønder Handelsskole
Uddannelse	htx
Fag og niveau	Kommunikation og it A
Lærer	Kirsti Dana Jakobsen (KB)
Hold	2021bkomIT2x

Forløbsoversigt (4)

Forløb 1	VR og oplevelseskultur
Forløb 2	Gyserfilm
Forløb 3	At skrive i Kommunikation og IT
Forløb 4	SRO - i samarbejde med Samfundsfag B

Forløb 1: VR og oplevelseskultur

Forløb 1	VR og oplevelseskultur
Indhold	<p>Eleverne arbejdede i dette forløb med VR.</p> <p>Emner:</p> <p>VR udvikling VR i dag VR muligheder VR blogprogrammering i CoSpaces Museumsbesøg på Tønder museum</p> <p>Eleverne arbejdede i følgende faser og havde delafleveringer, blandt andet mindmaps, interviewguide og fremlæggelser for klassen:</p> <p>Problemanalyse, K-strategi, Idéudvikling, Medieproduktion, Test og offentliggørelse.</p> <p>Produktet var, at eleverne i par producerede en VR-film for Tønder museum - en til plejehjemsbeboer, en til turister og en til folkeskolelever.</p> <p>Som afslutning på forløbet præsenterede eleverne deres film samt deres tanker om VR muligheder i museumsbranchen for underviser samt en ansat fra Tønder Museum.</p> <p>Litteratur: https://kommita.systime.dk/?id=182 https://www.virtualiteach.com/post/2017/08/20/10-amazing-virtual-museum-tours https://msj.dk/kunstmuseet-i-toender/ Samt tre eksisterende reklamefilm, som ligger på skolens egne VR-briller.</p> <p>-</p> <p>Værktøj og udstyr:</p> <p>CoSpaces:https://www.cospaces.io/edu/ Final Cut Pro X Insta 360 kamera Oculus briller</p> <p>Noter: Læs: https://kommita.systime.dk/index.php?id=181 og https://kommita.systime.dk/index.php?id=182 Læs: https://kommita.systime.dk/?id=123 og https://kommita.systime.dk/?id=127 Afsender-skrivet skal være færdigt til i dag. Se denne tutorial: https://www.youtube.com/watch?v=bAz20hKU0tA</p>
Omfang	40 lektioner / 30 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>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>Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer</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>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 konfigurering 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>Pararbejde</p> <p>Par-fremlæggelser</p> <p>Virksomhedsbesøg</p> <p>Oplæg fra ekstern gæst</p> <p>Oplæg fra underviser</p>

Forløb 2: Gyserfilm

Forløb 2	Gyserfilm
----------	-----------

<p>Indhold (1/2)</p>	<p>Eleverne har i dette forløb arbejdet med gyserfilm og filmiske virkemidler.</p> <p>Fokus har været på:</p> <p>Det Psykologiske Gys Det Fysiske Gys Teen- agegyset Det Dæmoniske gys (Eleverne har samtidig i Engelsk arbejdet med det Videnskabelige Gys)</p> <p>Som afslutning på forløbet har eleverne i grupper produceret en gyserfilm, som har deltaget i årets filmfestival.</p> <p>Eleverne har arbejdet i faser: Problemanalyse, K-strategi, ideudvikling, Medieproduktion, test og offentliggørelse.</p> <p>Eleverne har haft delafleveringer undervejs, fx mindmaps, storyboard, interviewguide, testsvar samt fremlæggelser.</p> <p>Vi har set: Psycho (1960) A Nightmare in Elmstreet (1984) Carrie (2013) Carrie (1976) åbningsscenen samt afslutningen. Ash vs. evil dead, 2015, Starz, Netflix DK. Afsnit 1 og 2 i sæson 1.</p> <p>Litteratur: I Lyst Og Død - Rikke Schubart, 2016 https://www.religion.dk/horrorfilm-gennem-tiden-fra-daemoniske-dracula-til-ondskaben-i-os-selv</p> <p>https://videnskab.dk/kultur-samfund/forskere-aabne-og-nysgerrige-mennesker-er-gladest-for-gyserfilm https://kommita.systeme.dk/?id=182 https://levendebilleder.systeme.dk/?id=139</p> <p>https://levendebilleder.systeme.dk/?id=140 https://levendebilleder.systeme.dk/?id=141 https://levendebilleder.systeme.dk/?id=142 https://levendebilleder.systeme.dk/?id=143 https://www.youtube.com/watch?v=z8ZSDS7zVdU https://levendebilleder.systeme.dk/?id=144 https://levendebilleder.systeme.dk/index.php?id=151#c387</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=gLLgGSdfy3I https://www.youtube.com/watch?v=bLInMdinptE https://kommitc.systeme.dk/?id=p255 https://kum.d-</p>
-----------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Indhold (2/2)	<p>k/kulturomraader/ophavsret/ophavsret-paa-internettet https://kommita.systime.dk/?id=130 https://kommita.systime.dk/?id=128</p> <p>Værkøjer: ht- tps://www.mindmeister.com/da https://www.canva.com/da_dk/grafer/mind-maps/ https://www.storyboardthat.com/da https://www.canva.com/da_dk/skabe/storyboards/</p> <p>Noter: Læs side 1-3 i pdf'en "Gyserkompodium" samt skemaet på side 7, om gyserfilmens historie og 4 klassiske gysergenrer. I finder den på Uddata i mappen "Gyser". Læs s. 4-6 i gyserkompodiet på Uddata i mappen "Gyser".</p>
Omfang	66 lektioner / 49.5 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: 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: 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>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: 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: 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 proto-</p>
------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>typer</p> <p>Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer</p> <p>Produktudvikling og -test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen</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	<p>Gruppearbejde</p> <p>Gruffremfæggelser</p> <p>Oplæg fra underviser</p>

Førløb 3: At skrive i Kommunikation og IT

Førløb 3	At skrive i Kommunikation og IT
Indhold	<p>Træning af rapportskrivning i faget. Eleverne skulle to og to skrive en rapport om enten VR-førløbet eller gyser-førløbet.</p> <p>Krav: Rapportskabelon fra vejledningen: https://www.uvm.dk/gymnasiale-uddannelser/fag-og-laereplaner/laereplaner-2017/htx-laereplaner-2017</p> <p>Noter: I skal vælge, om I vil skrive om VR-projektet eller Gyser-projektet.</p>
Omfang	8 lektioner / 6 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Førløb 4: SRO - i samarbejde med Samfundsfag B

Førløb 4	SRO - i samarbejde med Samfundsfag B
Indhold	<p>Opgaven bedømmes ud fra de faglige mål i de fag, der indgår. Derudover lægges der vægt på:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Om eleven har lavet en god opgaveformulering. • Om den stillede opgave er besvaret • Om eleven selvstændigt har inddraget relevant baggrundsstof. • Om eleven har anvendt faglige analyse- og arbejdsmetoder • Om stoffet er behandlet tilstrækkeligt dybtgående • Om der er gennemført en kritisk vurdering på et fagligt og metodisk grundlag • Om stoffet er formidlet på tilfredsstillende måde (sprog) • Om alle kilder er oplyst ud fra følgende bestemmelser. • Om noter og litteraturliste er korrekte og fyldestgørende • Om fremstillingen er overskueligt disponeret, og den sproglige udformning er klar og ensartet gennem hele opgaven. <p>Krav til opgaven:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Det er en individuel opgave. • Den skal omfatte 6-8 sider (Heri medregnes ikke forside, indholdsfortegnelse, noter, litteraturliste, figurer, bilag og lignende.) • Grundlaget for opgaven skal være en opgaveformulering, som I selv udarbejder. • Du har udover vejledningstimerne også skrive dage (se tidsplan). • Opgaven er primært en selvstændig opgave, men du får mulighed for at få vejledning løbende. • Vejledere er KB/CN eller MKA/CMB • - <p>Opgaven evalueres dels af lærerne og dels af andre elever, som har samme fagkombination.</p>
Omfang	Ingen lektioner

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål: Forundersøgelse og -analyse: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</p> <p>Kernestof: Kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn 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: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Individuelt arbejde.</p>