



Undervisningsbeskrivelse

Termin	June 2025
Institution	Tønder Handelsskole
Uddannelse	htx
Fag og niveau	Kommunikation og it C
Lærer	Lars Skovgård Laursen (LL)
Hold	2024htx1

Forløbsoversigt (9)

Forløb 1	Fotografering og billedkommunikation
Forløb 2	Teori: Kommunikationsmodeller og forundersøgelsesmetoder
Forløb 3	Sociale medier
Forløb 4	SO1 - Etik i kommunikation - Ethiske udfordringer ved unges brug af sociale medier
Forløb 5	Grafisk Design
Forløb 6	UI design - web og app prototyping
Forløb 7	Mini-projekt - UI design i Figma
Forløb 8	Kampagneteori
Forløb 9	Årsprojekt - kommunikationskampagne

Forløb 1: Fotografering og billedkommunikation

Forløb 1	Fotografering og billedkommunikation
Indhold	Forløb om hvordan man tager et fotografi rent teknisk, rent kompositorisk og hvordan man kommunikerer et budskab gennem sit fotografi. Eft- er nogle praktiske øvelser har eleverne arbejdet med en virkelighedsnær caseopgave i samarbejde med en virkelig kunde. Caseopgaven så således ud: Hydro Extrusion Denmark er en arbejdsplads, hvor sikkerhed og procedurer omkring sikkert arbejde er helt afgørende. Derfor gør de en særlig indsats for at tydeliggøre hvornår og hvordan personligt sikkerhedsudstyr skal anvendes i det daglige arbejde på virksomheden. Opg- aven vi er blevet bedt om at løse for Hydro, handler netop om at kommunikere brugen af sikkerhedsudstyr præcist til medarbejderne. Der skal produceres en række billeder af sikkerhedsudstyr i forskellige arbejdsituationer, som viser hvornår man skal bruge hvad. Der er i alt 3 opgaver. De 3 opgaver er: 1. Billeder med brug af PPE (Personal Protective Equipment) i forskellige situationer 2. Billeder med brug af handsker i forskellige situationer 3. Billeder med brug af arbejdstøj i forskellige situationer Anvendte materialer: Egne materialer om kompositionsprincipper. Praktiske øvelser i anvendtamerateknik Kommunikation og IT C, Systime, 2024
Omfang	40 lektioner / 30 timer

Særlige fokuspunkter	Fagmål: Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag 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 ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik 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 Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning 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
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, øvelser og casebaseret projektarbejde

Forløb 2: Teori: Kommunikationsmodeller og forundersøgelsesmetoder

Forløb 2	Teori: Kommunikationsmodeller og forundersøgelsesmetoder
Indhold	Teoretisk forløb med fokus på anvendelse af grundlæggende modeller i forståelsen af kommunikationssituationen ifm. planlægning af strategisk kommunikation såvel som intuitiv kommunikation. Begreber og modeller der er berørt i undervisningen: Afsender - Budskab - Modtager Netværkskommunikation Kanylemodel (Laswells kommunikationsmodeller) Uses and Gratification tilgangen Støj Medie Kodning Effekt Leap modellen Luttrells kommunikationsmodel Forløbets anden del handler om forundersøgelsesmetoder. Også her har fokus været på at skabe et teoretisk fundament og en grundlæggende forståelse for vigtigheden af at gennemføre gennemtænkte forundersøgelser forud for produktionsarbejdet. Begreber og modeller der blevet introduceret i forløbet: Problemanalyse (problemidentifikation) SMART-modellen Afsenderanalyse SWOT-modellen Kommunikationsplan De 6 generationer Gallup Kompas Minerva modellen Conzoom PRINSIB-segmenterne Vox-pop Fokusgrupper Spørgeskemaundersøgelse Interviews Observationsmetoder Persona Anvendt materiale: Kommunikation & IT C, Systime, 2024
Omfang	13 lektioner / 9.75 timer

Særlige fokuspunkter	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 Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer 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
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og individuel læsning og refleksionsarbejde

Forløb 3: Sociale medier

Forløb 3	Sociale medier
Indhold	I dette forløb har eleverne arbejdet sociale medier. Fokus har været på hvordan vi anvender sociale medier, hvilke fordele og ulemper der forbundet med dem. For løbet har været teoretisk funderet med indlagte opgaver. Forløbet leder op til elevernes første SO forløb. Materialer anvendt i forløbet: Kommunikation & IT C, Systime, 2024 (kapitel 9) Podcast: Ludvigs Podcast med Imran Rashid Borgerforslag: Forbud mod TikTok, Snapchat og Instagram for mindreårige: Beskyt danske børn og unge mod skadelige, vanedannende digitale stimulanser, Borgerforslag.dk Svend Brinkmann: Mange børn vil få det markant dårligere, hvis vi tager sociale medier og skærme fra dem, Altinget.dk
Omfang	18 lektioner / 13.5 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 4: SO1 - Etik i kommunikation - Ethiske udfordringer ved unges brug af sociale medier

Forløb 4	SO1 - Etik i kommunikation - Ethiske udfordringer ved unges brug af sociale medier
Indhold	SO1 - Ethiske udfordringer ved unges brug af sociale medier Kernestofområdet: Etik i teknologi, videnskab eller kommunikation. I dette SO-forløb har eleverne haft til opgave at producere en podcastepisode om emnet: Ethiske udfordringer ved unges brug af sociale medier. Opgavebeskrivelsen lød: I denne projektopgave, der er et samarbejde mellem fagene dansk, engelsk og kommunikation & it, skal I producere en episode i den fiktive podcastserie - Zærlig Ærlig. Zærlig Ærlig er en podcastserie skabt til og af unge danskere fra generation Z. Med et skarpt fokus på alt, der optager de unge, tager podcasten fat på emner som mental sundhed, klimaangst, digital kultur, kropspositivitet, identitet og de udfordringer og drømme, der præger nutidens ungdom. Med en uhøjtidelig og direkte tone inviterer værterne gæster og lyttere til at dele deres tanker og erfaringer, mens de tager livtag med tabuer og diskutere de vigtigste spørgsmål for deres generation. Uanset om det handler om livet online, sociale forventninger eller store visioner for fremtiden, er Zærlig Ærlig din venlige, reflekterende og brutalt ærlige guide til livet som ung i Danmark i dag. Eleverne har i dette projekt arbejdet med disse studietekniske kompetencer: Hvordan undersøger og afgrænser man en problemstilling ved at kombinere viden og metoder fra forskellige fag Hvordan søger, vurderer og anvender man fagligt relevant information Hvordan kombinerer man viden og metoder fra fagene til indsamling og analyse af empiri og bearbejdning af problemstillingen Hvordan perspektiverer man den behandlede problemstilling Hvordan fagligt formidler mundtligt gennem beherske forskellige genrer - Anvendt materiale: Podcast - kapitel 3 (produktion) - https://podcast.ibog.dansklf.dk/?id=134
Omfang	Ingen lektioner

Særlige fokuspunkter	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 Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde Produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer 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 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 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
Væsentligste arbejdsformer	Projektbaseret gruppearbejde, klasseundervisning

Forløb 5: Grafisk Design

Forløb 5	Grafisk Design
Indhold	Forløb med fokus på elevernes forståelse for hvordan man udvikler effektiv grafisk design til deres visuelle kommunikation. Der er arbejdet med nogle udviklingsprocessens arbejdsmetoder. Her kan nævnes: Kompositionsprincipper Skitsering AIDA(e) modellen Farveteori (farvesymbolik, terminologi, harmonier og kontraster, Ittens farvecirkel, Goethes farvecirkel, Runges farvekugle, farvesystemer) Layoutprincipper (BOV, HYSS model, nærhed, luft, justering, kontrast, gentagelse) Typografiske familier Anvendt materiale: Kommunikation + IT C, Systime, 2024(kap. 4, 5 og 6) Eget materiale om designprincipper
Omfang	8 lektioner / 6 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag 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 Kernestof: Design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: basal farvelære Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd Digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og individuelle øvelser

Forløb 6: UI design - web og app prototyping

Forløb 6	UI design - web og app prototyping
Indhold	Kort forløb der introducerer eleverne til hvordan man udvikler tilgængeligt og brugervenligt design til web og app. Teoretisk baggrund indeholder bl.a. disse emner: Hvad er webdesign Hvad er prototyping Navigation Brugervenlighed og tilgængelighed Gestaltlovene Testning (brugercentreret udvikling) Tekstuel kommunikation på internettet Pratisk arbejde med UI design er sket i Figma, hvor eleverne har haft øvelser. Der har været tale værktøjstilegnelse og implementering af teorien. Øvelserne peger henimod et mini-projekt i UI design. Anvendt materiale: - Kommunikation + IT C, Systime, 2024 (kapitel 8) Figma
Omfang	12 lektioner / 9 timer

Særlige fokuspunkter	Fagmål: 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: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter Kernestof: Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer Kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: basal farvelære Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og individuelle øvelser

Forløb 7: Mini-projekt - UI design i Figma

Forløb 7	Mini-projekt - UI design i Figma
Indhold	Mini-projekt hvor eleverne skal udvikle en prototypeløsning i Figma. Projektbeskrivelsen lyder således: UI-design mini-projekt Fag: Kommunikation + IT Varighed: 6 moduler á 90 minutter Tema: Planlægning af studietur til München I dette mini-projekt skal I arbejde med UI-design (User Interface Design) og udvikle en prototype af en digital løsning, der hjælper med at planlægge og organisere studieturen til München. Jeres prototype skal kunne præsentere forskellige relevante programpunkter for turen og samtidig tage højde for afstande mellem hotellet og de foreslåede steder. Hotellet, hvor I skal bo, er Meininger City Center. Gennem arbejdet med jeres prototype vil I samtidig researche og identificere interessante oplevelser i München, som kan inkluderes i det endelige studietursprogram. Turen finder sted i uge 43 (mandag-fredag) og rejsen foregår med tog. Jeres opgave bliver at designe en intuitiv, brugervenlig og visuelt tiltalende brugergrænseflade, der tager højde for brugervenlighed og æstetik. I har tidligere arbejdet med Figma, hvilket vil give jer en fordel, når I udvikler jeres digitale prototyper. Vurderingskriterier Jeres projekt vurderes ud fra følgende kriterier: • Designkvalitet: Er brugergrænsefladen æstetisk tiltalende og velkomponeret? • Brugervenlighed: Er designet intuitivt og let at navigere i? • Farver og typografi: Er valget af farver og skrifttyper velovervejet i forhold til målgruppen? • Innovativt og funktionelt koncept: Er idéen bag appen/hjemmesiden original og anvendelig? • Præsentation: Formidler I jeres designvalg klart og præcist? Materialer og værktøjer • Papir og blyant til skitser • Figma til digitale prototyper • Inspiration fra eksisterende apps/hjemmesider • Adobe Color til farvevalg, • Kommunikation + IT-bogen som teoretisk reference og Learnfree-videoer til forståelse af grafisk design, farveteori og layoutprincipper

Omfang	12 lektioner / 9 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: 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: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer Design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: basal farvelære Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper Produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer Produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder 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 Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd Digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps Digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
Væsentligste arbejdsformer	Individuel projektarbejde

Forløb 8: Kampagneteori

Forløb 8	Kampagneteori
Indhold	Forløb med fokus på kampagneteori og hvordan man planlægger og gennemfører kampagnebaseret kommunikation. Det teoretiske fundament som eleverne er blevet præsenteret for er: Sepstrups kampagnemodel Oplysningskampagner Reklamekampagner Feedback og effekt Anvendt materiale: Kommunikation + IT C, Systime, 2024 (kapitel 7)
Omfang	8 lektioner / 6 timer
Særlige fokuspunkter	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 Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer Kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen 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
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Forløb 9: Årsprojekt - kommunikationskampagne

Forløb 9	Årsprojekt - kommunikationskampagne
----------	-------------------------------------

Indhold (1/3)	Årets afsluttende projekt hvor eleverne får mulighed for at sætte årets undervisning ind i en samlet projektramme. Projektbeskrivelsen som eleverne har arbejdet med ser således ud: Årsprojekt Fag: Kommunikation+ IT Varighed: 8 moduler á 90 minutter + 8 timers hjemmearbejde pr. elev Grupper: 2-3 personer Projektbeskrivelse I dette årsprojekt skal I udvikle en kampagne, der formidler naturen og dens betydning for borgerne i Tønder Kommune. Kampagnen udvikles i samarbejde med Naturvejledningen i Tønder Kommune, som har to naturvejledere, Bo Laugesen og Tonnesen. Han arbejder med forskellige målgrupper i kommunen, herunder skolebørn, ældre og sårbare grupper, for at fremme kendskabet til den lokale natur og Vadehavet. Jeres kampagne skal kombinere jeres viden fra tidligere undervisning i grafisk design, UI-design, kampagneplanlægning og digital fotografering. Projektet vil give jer mulighed for at arbejde kreativt med både visuelle og kommunikative elementer, samtidig med at I udvikler en helhedsorienteret kampagne. Problemstilling Hvordan kan vi gennem en kampagne skabe interesse for naturen og styrke borgernes forhold til lokalområdet i Tønder Kommune? Hvilke kommunikations- og designprincipper kan anvendes til at gøre budskabet effektivt og engagerende? Opgave I skal udvikle en sammenhængende kampagne, der formidler et aspekt af naturen i Tønder Kommune. Kampagnen skal indeholde følgende elementer: 1. Kampagnestrategi: Beskrivelse af kampagnens mål, målgruppe og budskab. 2. Visuel identitet: Design af en visuel linje for kampagnen (farver, typografi, logo m.m.). 3. Fortografisk materiale der understøtter budskabet 4. Digitale produkter: Udvikling af kampagnemateriale, såsom en hjemmeside, SoMe-indhold eller en plakatserie. 5. Præsentation: Fremlæggelse af kampagnens elementer og designvalg. Kampagnens fokusområder I kan vælge mellem følgende temaer til jeres kampagne: • Biodiversitet i Tønder Kommune – Hvordan kan vi beskytte og bevare de lokale økosystemer? • Naturens betydning for mental sundhed – Hvordan kan naturen bidrage til trivsel og velvære? • Friluftsliv og oplevelser – Hvordan kan vi få flere borgere til at benytte naturen aktivt?
-----------------------------	--

Indhold (2/3)	• Bæredygtighed og lokal naturpleje – Hvordan kan borgerne engagere sig i en mere bæredygtig naturforvaltning?
Omfang	6 lektioner / 4.5 timer

Særlige fokuspunkter	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 Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag 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 ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer Kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: basal farvelære Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper 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 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 Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd Digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps Digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
Væsentligste arbejdsformer	Projektbaseret gruppearbejde