

# Undervisningsbeskrivelse

<b>Termin</b>	maj-juni, 2026
<b>Institution</b>	541402
<b>Uddannelse</b>	HTX
<b>Fag og niveau</b>	05708 A Komm. og it A
<b>Lærer(e)</b>	Lars Skovgård Laursen
<b>Hold</b>	2025htx2

## Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

<b>Forløb 1</b>	Kampagne-Naturformidling
<b>Forløb 2</b>	Reklamefilm - virale videoer
<b>Forløb 3</b>	Kommunikationsanalyse
<b>Forløb 4</b>	Webkommunikation
<b>Forløb 5</b>	Grafisk kommunikation
<b>Forløb 6</b>	Årsprojekt - kortfilm teori og produktion

**Forløb 7**

SRC - Danskernes forbrug af energidrik

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 1</b>	Kampagne-Naturformidling
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<p>Eleverne har arbejdet med kampagneplanlægning og udformning i dette projekt. De fik denne opgave udleveret: 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 i skikkelse af naturvejleder Bo Laugesen Tonnesen. Han arbejder med forskellige målgrupper i kommunen, herunder skolebørn, ældre og sårbare grupper, for at fremme kendskabet til den lokale natur og Vadehavet.</p> <p>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.</p>
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forundersøgelse og –analyse</li> <li>• Identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation</li> <li>• Udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</li> <li>• Søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</li> <li>• Designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder</li> <li>• Udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</li> <li>• Planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse.</li> <li>• Styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering</li> <li>• Udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere</li> <li>• Gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</li> <li>• Anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttet af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</li> <li>• Kommunikationsstrategi og handlingsplan</li> <li>• Kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</li> <li>• Brugerforståelse og kommunikationssituation</li> <li>• Afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Design og visuel kommunikation</li><li>• Grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation</li><li>• Billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</li><li>• Skitser, mockups, storyboards og prototyper</li></ul>
<b>Anvendt materiale.</b>	Der er arbejdet med en bred vifte af mulige programmer alt efter hvilke kommunikationsprodukter eleverne har valgt at lave. Bl.a. kan nævnes: Indesign Photoshop Premiere Pro Figma
<b>Arbejdsformer</b>	Casearbejde, Gruppearbejde, Projektarbejde

<b>Forløb 2</b>	Reklamefilm - virale videoer
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<p>Kort teoretisk og praktisk forløb med fokus på hvad der gør at nogle reklamekampagner går viralt på internettet.</p> <p>Med udgangspunkt i et kort kompendium med teori om virale videoer har eleverne arbejdet praktisk med at producere en reklamefilm med viralt potentiale.</p> <p>Fokus har været på:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hvordan gør vi filmen nem at fortælle videre?</li> <li>• Hvordan bryder vi med det forventede (overraskelse, grænseoverskridelse)?</li> <li>• Hvordan skaber vi "magi" eller følelser hos modtageren?</li> </ul>
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forundersøgelse og –analyse</li> <li>• Identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation</li> <li>• Udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</li> <li>• Søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</li> <li>• Undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</li> <li>• Udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</li> <li>• Planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse.</li> <li>• Opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber</li> <li>• Forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</li> <li>• Forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet</li> <li>• Billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</li> <li>• Idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer</li> <li>• Forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier</li> <li>• Etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</li> <li>• Ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</li> <li>• Brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv</li> <li>• Relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurering af interaktive systemer</li> </ul>

<b>Anvendt materiale.</b>	Kommunikation& IT A - bogen på systime: <a href="https://kommita.systime.dk/?id=144">https://kommita.systime.dk/?id=144</a>  <a href="https://kommita.systime.dk/?id=145">https://kommita.systime.dk/?id=145</a>  <a href="https://kommita.systime.dk/?id=155">https://kommita.systime.dk/?id=155</a>  Om Virale Videoer - kompendium
<b>Arbejdsformer</b>	Klasediskussion, Klasseundervisning, Produktionsopgaver, Projektarbejde

<b>Forløb 3</b>	Kommunikationsanalyse
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<p>I dette forløb har vi arbejdet med kommunikationsanalyse. Det tematiske omdrejningspunkt har været München, som var destination for elevernes studietur.</p> <p>Fokus har været på analytisk anvendelse af den moderne udgave af den klassiske kommunikationsmodel: Afsender → Budskab → Medie → Kodning → Modtager (virtuel firewall) → Effekt</p> <p>Og modellerne LEAP og SoMe: Listen – Engage – Action – Pass it on Share – Optimize – Manage – Engage</p> <p>Analyseobjekterne har været disse filmproduktioner:</p> <p>"München - På krigens rand" (2021) - spillefilm  "Munich '72" (2022) - dokumentarserie  Fire aktuelle små-dokumentarfilm:  Dokumentar om Olympia Dorf arkitektur: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=zwcpQt2t5ag&amp;t=601s">https://www.youtube.com/watch?v=zwcpQt2t5ag&amp;t=601s</a>  Dokumentarfilm: Münchens Drogen-Katakomben - Junkies im Untergrund  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=45AVU5cv93k">https://www.youtube.com/watch?v=45AVU5cv93k</a>  Seværdigheder i München:  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=60gfiAg4PU0">https://www.youtube.com/watch?v=60gfiAg4PU0</a>  Street art München:  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Pyb-EN3Bu6o">https://www.youtube.com/watch?v=Pyb-EN3Bu6o</a></p>
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forundersøgelse og –analyse</li> <li>• Udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</li> <li>• Undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</li> <li>• Udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</li> </ul>

<b>Kernestof</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber</li><li>• Kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</li><li>• Kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</li><li>• Billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</li></ul>
<b>Anvendt materiale.</b>	"München - På krigens rand" (2021) - spillefilm "Munich '72" (2022) - dokumentarserie Fire aktuelle små-dokumentarfilm: Dokumentar om Olympia Dorf arkitektur: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=zwcpQt2t5ag&amp;t=601s">https://www.youtube.com/watch?v=zwcpQt2t5ag&amp;t=601s</a> Dokumentarfilm: Münchens Drogen-Katakomben - Junkies im Untergrund <a href="https://www.youtube.com/watch?v=45AVU5cv93k">https://www.youtube.com/watch?v=45AVU5cv93k</a> Seværdigheder i München: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=60gfiAg4PU0">https://www.youtube.com/watch?v=60gfiAg4PU0</a> Street art München: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Pyb-EN3Bu6o">https://www.youtube.com/watch?v=Pyb-EN3Bu6o</a>
<b>Arbejdsformer</b>	Skriftlig fremstilling

<b>Forløb 4</b>	Webkommunikation
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<p>Forløb med fokus på to ting:  1. Udvikling af tekniske programmeringskompetencer  2. Kobling af kommunikationsteori på digitalt kommunikationsprodukt.</p> <p>Eleverne har i første del af forløbet arbejdet praktisk med grundlæggende forståelse af html, css og javascript.</p> <p>I forløbets anden fase har de arbejdet med et konkret projekt, hvor målet var at udvikle et digitalt kommunikationsprodukt i form af et website. Det handlede ikke kun om, at siden "virker" – men om hvordan den kommunikerer sit budskab.</p>
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forundersøgelse og –analyse</li> <li>• Identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation</li> <li>• Udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</li> <li>• Søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</li> <li>• Designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder</li> <li>• Undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</li> <li>• Udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</li> <li>• Planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse.</li> <li>• Produktion og evaluering</li> <li>• Styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering</li> <li>• Forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter</li> <li>• Gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</li> <li>• Anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttet af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsteori og fortælle teknik</li> <li>• Digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber</li> <li>• Kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</li> <li>• Brugerforståelse og kommunikationssituation</li> <li>• Brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</li> <li>• Afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst</li> <li>• Forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet</li> <li>• Design og visuel kommunikation</li> <li>• Brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign</li> <li>• Grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation</li> <li>• Billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</li> <li>• Farvelære og digitale farvesystemer</li> <li>• Skitser, mockups, storyboards og prototyper</li> <li>• Idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer</li> <li>• Forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier</li> <li>• Relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</li> <li>• Relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.</li> </ul>
<b>Anvendt materiale.</b>	<p><a href="https://w3schools.com">https://w3schools.com</a>  Lundholt og Hansen: "Kommunikationsmodeller", Samfundslitteratur - <a href="https://online.praxis.dk/produkt/100022">https://online.praxis.dk/produkt/100022</a></p>
<b>Arbejdsformer</b>	<p>Individuelt arbejde, Individuel vejledning, Projektarbejde</p>

<b>Forløb 5</b>	Grafisk kommunikation
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<p>I dette forløb har eleverne arbejdet med at rammesætte og gennemarbejde udviklingen af et udkast til en graphic novel. Forløbet har haft til hensigt at øve elevernes kompetencer i forhold til projektstyring og grafisk produktion. Der har været tale om et tværfagligt forløb, faget engelsk har bidraget med det litterære forlæg, som eleverne har arbejdet med i den grafiske produktionsproces.</p> <p>Eleverne blev stillet denne opgave:        Projektoplæg: Animal Farm som graphic novel        Dette projekt består af to dele:        Del 1: Din egen opgavebeskrivelse        Del 2: Produktion af graphic novel</p> <p>Overordnet idé        I dette projekt skal du producere en remediering af en udvalgt del af George Orwells "Animal Farm". Det er din opgave selv at sætte rammerne for dit projekt.        Det betyder, at du ikke får en færdig opgavebeskrivelse, men selv skal udarbejde din egen projektbeskrivelse, som danner grundlag for dit endelige produkt.</p>
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation</li> <li>• Udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</li> <li>• Søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</li> <li>• Planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse.</li> <li>• Styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering</li> <li>• Udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere</li> <li>• Gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</li> <li>• Opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen</li> <li>• Anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttet af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsteori og fortælle teknik</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</li> <li>• Kommunikationsstrategi og handlingsplan</li> <li>• Forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</li> <li>• Kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</li> <li>• Brugerforståelse og kommunikationssituation</li> <li>• Brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</li> <li>• Kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation</li> <li>• Design og visuel kommunikation</li> <li>• Grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation</li> <li>• Billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</li> <li>• Farvelære og digitale farvesystemer</li> <li>• Produktudvikling og –test</li> <li>• Projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen</li> <li>• Brugertests</li> <li>• Etik, love og digital adfærd</li> <li>• Etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</li> <li>• Ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</li> <li>• Digitale værktøjer</li> <li>• Relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</li> </ul>
<b>Anvendt materiale.</b>	<p><a href="https://www.studiobinder.com/blog/what-is-a-graphic-novel-definition/">https://www.studiobinder.com/blog/what-is-a-graphic-novel-definition/</a>  <a href="https://lex.dk/Will_Eisner">https://lex.dk/Will_Eisner</a>  <a href="https://indidansk.dk/graphic-novel-genretraek/">https://indidansk.dk/graphic-novel-genretraek/</a></p>
<b>Arbejdsformer</b>	Brainstorm, Elevpræsentationer, Individuelt arbejde

<b>Forløb 6</b>	Årsprojekt - kortfilm teori og produktion
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<p>Årsprojekt 2.g</p> <p>I dette forløb har eleverne arbejdet med det særligt filmformat - kortfilmen. De har lært hvad der kendetegner en kortfilm. Det særlige DNA ved formatet og forskellige typer af kortfilm. De har lært om filmproduktionens tre faser.</p> <p>Herefter har de arbejdet med et produktionsprojekt, hvor de har haft til opgave at producere en kortfilm med nogle specifikke benspænd.</p>
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forundersøgelse og –analyse</li> <li>• Identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation</li> <li>• Udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</li> <li>• Søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</li> <li>• Udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</li> <li>• Planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse.</li> <li>• Produktion og evaluering</li> <li>• Forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter</li> <li>• Opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsteori og fortælle teknik</li> <li>• Forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</li> <li>• Kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</li> <li>• Brugerforståelse og kommunikationssituation</li> <li>• Datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</li> <li>• Billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</li> <li>• Idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer</li> <li>• Etik, love og digital adfærd</li> <li>• Digitale værktøjer</li> <li>• Relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.</li> </ul>

<b>Anvendt materiale.</b>	
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, Projektarbejde

<b>Forløb 7</b>	SRC - Danskernes forbrug af energidrik
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<p>Projektbeskrivelse</p> <p>I de senere år er energidrikke blevet en fast del af mange danskeres hverdag – særligt blandt unge. Undersøgelser viser, at danskere drikker markant mere energidrik end borgere i mange andre europæiske lande. Dette rejser spørgsmål om både sundhed, forbrugsvaner, markedsføring og samfundsmæssige konsekvenser.</p> <p>Energidrikke indeholder ofte høje niveauer af koffein og sukker, hvilket kan have betydning for både fysisk og mental sundhed. Samtidig markedsføres produkterne intensivt – især via sociale medier og målrettet mod unge målgrupper. Dette skaber en interessant kobling mellem forbrug, kommunikation og samfundsudvikling.</p> <p>I dette projekt skal I arbejde med energidrik som fænomen ud fra både et samfundsmæssigt, kommunikativt og kvantitativt perspektiv. Formålet er, at I opnår en dybere forståelse af, hvordan forbrug, sundhed og kommunikation hænger sammen i et moderne samfund.</p> <p>Projektet tager blandt andet udgangspunkt i følgende kilde:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DTU Fødevareinstituttet: "Danskerne drikker langt mere energidrik end andre europæere" (2025)</li> </ul> <p>Der kan desuden inddrages andre relevante kilder om fx sundhed, unge, markedsføring og statistik.</p> <p>Deltagende fag: Samfundsfag B, Matematik A/B og Kommunikation &amp; IT A.</p>
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forundersøgelse og –analyse</li> <li>• Identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation</li> <li>• Udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</li> <li>• Søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</li> <li>• Designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder</li> </ul>

<b>Kernestof</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kommunikationsteori og fortælle teknik</li><li>• Digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber</li><li>• Kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</li><li>• Kommunikationsstrategi og handlingsplan</li><li>• Forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</li><li>• Kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</li><li>• Brugerforståelse og kommunikationssituation</li><li>• Brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</li><li>• Kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation</li></ul>
<b>Anvendt materiale.</b>	
<b>Arbejdsformer</b>	Projektarbejde med vejledning