

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Juni 2025
Institution	HEG – Himmerlands Erhvervs- og Gymnasieuddannelser
Uddannelse	HTX
Fag og niveau	Kommunikation og IT A
Lærer(e)	Bettina Knudsen (BEK) og Camilla Nilles (CAN)
Hold	3k24

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Case: Skru ned for lyden (1.g)
Forløb 2	God omtale er god omtale (1.g)
Forløb 3	SO1 – Demokrati og medborgerskab (1.g)
Forløb 4	Prøve-eksamensprojekt (1.g)
Forløb 5	Crossmedia (2.g)
Forløb 6	En umulig salgssituation (2.g)
Forløb 7	Personligt design og kommunikation (2.g)
Forløb 8	Fråst (2.g)
Forløb 9	Vesthimmerlands Biblioteker (3.g)
Forløb 10	Glædelig jul (3.g)
Forløb 11	Eksamensprojektet (3.g)

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 1	Case: Skru ned for lyden (BEK) (Grundforløbet)
Forløbets indhold og fokus	Flere og flere unge i dag oplever at få høreskader pga. for høj musik i deres høretelefoner. Sundhedsstyrelsen ønsker med en kort video-kampagne at nå ud til de unge, for at minde dem om, at skue ned for den gode musik, så den kan nydes hele livet. Der ønskes en kort informerende video med 15-45 sekunder varighed, der løser ovenstående problematik. Derudover ønskes der to grafiske still reklamer udarbejdet specielt til platformen 'Spotify'. Teori: Medier og kommunikation (5,5 sider) Analyse af målgruppen (6,2 sider) Moderne modtagere Støj og kommunikation Holdningsbearbejdende kampagner (2 sider) Trykte medier Digitale medier Forundersøgelse – Kvalitativ og kvantitativ Video: Microsoft Publisher 01 How to create a magazine cover in Publisher Layout in Pages Create Beautiful PDF Worksheets in Pages for Mac [tutorial] Metode: Storyboard KIE Bøger: Kommunikation og IT C (2017) IT: Microsoft Publisher – Har I igennem jeres Office pakke Paint.net – Gratis at downloade Shortcut – Gratis at downloade Pages til Mac
Omfang	Anvendt uddannelsestid 25 moduler
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål:

	Forundersøgelse: –analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet –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 –demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner –begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver –forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, Virtuelle arbejdsformer, Projektarbejdsform, Anvendelse af fagprogrammer, Eksperimentelt arbejde

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 2	God omtale er god omtale (BEK)
Forløbets indhold og fokus	I dette forløb arbejder eleverne med CSR som begreb og udarbejder en CSR kampagne. Omtale, image og branding er vigtigt for hvilken som helst virksomhed. Selvom vi som forbrugere ikke tænker det sådan, så betyder signalværdien i vores køb af tøj, bil, mobiltelefon og computere noget for os. De ting vi omgiver os med er ikke kun værdiskabende – de er identitetsskabende. Som kommunikationsmedarbejder for en virksomhed, vil man gerne finde ud af, hvordan man kan forbedre forbrugers syn på brandet igennem forskellige tiltag. Eleverne skal: - Finde en mærkesag – Gerne inspireret af FN's verdensmål - Udvikle et fysisk grafisk produkt - Udvikle et digitalt produkt - Udforme et nyt unikt produkt, som en del af deres CSR-tiltag - Derudover lægges der vægt på en god proces i forundersøgelsen Teori: - Red bull - Bæredygtighed - Arla CSR - Coca Cola "2nd lives" youtube video - Volkswagen – The Fun Theory 1 youtube video - Volkswagen – The Fun Theory 2 youtube video FN verdensmål Viral markedsføring Balance og det gyldne snit (6,4 sider) - YouTube content maker – Grace Wells (inspiration) AIDA Farver Skitser, storyboard og navigationsstrukturer Lovgivning - Persona - USP, ISP, ESP Unikt udleveret materiale: PP Bøger: Kommunikation og IT C (læreplan 2017) (Systime) Unikt materiale: PP- layout, farver og font

Omfang	Anvendt uddannelsestid 25 moduler
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål – demonstrere kendskab til kommunikationsdesign, herunder kommunikationsteori – vælge medie og it- værktøjer til enkle kommunikationsopgaver – planlægge og gennemføre produktion af enkle kommunikationsprodukter – præsentere og formidle data og informationer under anvendelse af informationsteknologiske værktøjer – arbejde med systematiske søgestrategier til indsamling af informationer samt undersøge og evaluere informationen kritisk – gøre rede for gængse spilleregler for anvendelse af it, herunder ophavsret, plagiat og etikette i forbindelse med it-baseret kommunikation. Kernestof Design – farver – skrifter og typografi – billeder og illustrationer – grafisk layout i trykte og skærmbaserede medier Informationsøgning – informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning. Produktion – fremstilling, bearbejdning og samling/montage af materialer til brug på papir og digitale medier under anvendelsen af IT-baserede værktøjer. Udtryksformer – journalistisk og anden bearbejdning af tekst til papir og digitale medier. Faglige mål – studieområdet Metoder – vælge og anvende skriftlig fremstillingsform til forskellige teksttyper – dokumentere viden om forskellige arbejds- og samarbejdsformer og planlægge og anvende disse hensigtsmæssigt i praktiske forløb – dokumentere viden om og anvende forskellige formidlings- og præsentationsformer – sætte sig faglige og personlige mål og evaluere kvaliteten af eget arbejde.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, Projektarbejdsform, Anvendelse af fagprogrammer, Skriftligt arbejde, Eksperimentelt arbejde

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 3	SO1 – demokrati og medborgerskab Overvågning (BEK)
Forløbets indhold og fokus	I dette SO-forløb med Dansk, Samfundsfag og kommunikation og IT har eleverne arbejdet med værket 1984 af George Orwell og overvågning som tema. Kommunikation og IT har bidraget til forløbet ved, at eleverne har produceret hjemmesider i WIX med fokus på tematikken, brugeren og brugervenligheden. Hjemmesiden indeholdt de opgaver, som der blev stillet i de øvrige fag og var desuden et præsentationsredskab til fremlæggelserne til sidst i forløbet. Teori: Hjemmesidedesign Flowcharts BOV Wireframe Test
Omfang	Anvendt uddannelsestid 5 moduler
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, Virtuelle arbejdsformer, Projektarbejdsform, Anvendelse af fagprogrammer, Skriftligt arbejde, Eksperimentelt arbejde

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 4	Prøve-eksamensprojektet (BEK)
Forløbets indhold og fokus	Der udarbejdes et eksamensprojekt på baggrund af 1 af 8 mulige cases. Alle 8 cases dækker til sammen alle de faglige mål. Se oplæg
Omfang	Anvendt uddannelsestid 20 moduler
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål Forundersøgelse: - analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet - finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt - undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen - 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 - demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner - begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver - forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter - anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter. Kernestof: Kommunikationsteori og medier - simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer - forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov - interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer

	- eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Design og visuel kommunikation - brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign - grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik - billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler - basal farvelære - skitser og prototyper Produktudvikling og projektstyring - idégenereringsværktøjer - fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger - evalueringsmetoder Etik, love og digital adfærd - etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter - ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter - 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 - programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps - brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, Virtuelle arbejdsformer, Projektarbejdsform, Anvendelse af fagprogrammer, Skriftligt arbejde, Eksperimentelt arbejde

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 5	Crossmedia (BEK) (CAN)
Forløbets indhold og fokus	I dette forløb skulle eleverne arbejde med kommunikationsbegrebet crossmedia. I forløbet skulle eleverne forsøge at sælge deres by ved at sprede et budskab igennem en kampagne, som skal gå på tværs af medier og medieplatforme. De skulle tage udgangspunkt i deres by – En af de byer, hvor en fra gruppen bor, hvor de skal udarbejde en kampagne med ET af disse tre budskaber: Bliv en del af den lokale forening i ...! Brug biblioteket i ...! Shop i ...! Valget af kommunikationsprodukter målrettes målgruppe og kommunikationssituation. Teori: Crossmedia definition Henry Jenkins "7 core principles of transmedia storytelling" Mere om cross media kommunikation SCRUM Conzoom Conzooms egen hjemmeside Conzooms segmenter 9 typer og 36 segmenter Find din type med conzoom kortet De forskellige kvalitative metoder Kvantitativ metode https://kommita.systime.dk/?id=133 Trello Video: Video, der gennemgår SCRUM på 9 minutter Ekstra Introduktion til SCRUM Metode: Idegenerering Kvalitativ /kvantitativ metode - Deskstudy Bøger: Kommunikation og IT A (2018) IT: Varieret
Omfang	Anvendt uddannelsestid 26 moduler
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression

Faglige mål

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
- udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder
- søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen
- designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder
- undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen
- udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation
- planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse.

Produktion og evaluering

- styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering
- forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter
- udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere
- reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter
- gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software
- opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen
- anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.

Kernestof

Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber. Kernestoffet er:

Kommunikationsteori og fortælle teknik

- digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefællesskaber

	- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation, kommunikationsstrategi og handlingsplan - forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter - kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn Brugerforståelse og kommunikationssituation - brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation - kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation - datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen - afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst - forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet Design og visuel kommunikation - brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign - grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation - billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler - farvelære og digitale farvesystemer - skitser, mockups, storyboards og prototyper Produktudvikling og –test - idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer - forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier - projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen - forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi. - brugertests Etik, love og digital adfærd - etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter - ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter - brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv Digitale værktøjer
--	--

	- relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter - relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer - relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, Virtuelle arbejdsformer, Projektarbejdsform, Skriftligt arbejde, Anvendelse af fagprogrammer, Eksperimentelt arbejde

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 6	En umulig salgssituation (CAN)
Forløbets indhold og fokus	I dette forløb skal det umuliges kunst gøres mulig. Der skal sælges et produkt, som er umuligt at sælge til en målgruppe, som er udvalgt af underviser på baggrund af elevernes pitch. Eleverne har frit valg på alle hylder, så de opfordres til at være kreative og tænke ud af boksen både hvad angår produkt og markedsføring. Der skal laves minimum 2 kommunikationsprodukter i gruppen, men der må gerne laves flere. Det ene kommunikationsprodukt skal være til et analogt medie og det andet skal være til et digitalt medie. Teori: Valg af informationsstrategi (4,2 sider) Behovs-matrix (4,2 sider) Budskab (1,7 sider) Det gode budskab og argumentation (1,8 sider) Det gode budskab og appelformerne (0,7 sider) Medievalg og synergieffekt (4,1 sider) Evaluering af effekten Evaluering af grafisk design (1,7 sider) Design signalerer målgruppe (2 sider) Designprocessens 7 faser (2,8 sider) Spark ideen i gang (2,8 sider) Layout med BOV (7,6 sider) Grafisk design (46,7 sider) Segmenter (17,7 sider) Metode: Pitch Personaer Bøger: Kommunikation og IT C (2017) Kommunikation og IT A (2018) Unikt udleveret materiale: PP IT: Varieret
Omfang	Anvendt uddannelsestid 26 moduler
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression

Faglige mål

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
- udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder
- søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen
- designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder
- undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen
- udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation
- planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse.

Produktion og evaluering

- styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering
- forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter
- udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder
- reflektere over inddragelse af brugere
- reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter
- gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software
- opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen
- anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.

Kernestof Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber.

Kernestoffet er:

Kommunikationsteori og fortælle teknik

- digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefællesskaber

- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation
- kommunikationsstrategi og handlingsplan
- forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn

Brugerforståelse og kommunikationssituation

- brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
- kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation
- datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
- afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet

Design og visuel kommunikation

- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation
- billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- farvelære og digitale farvesystemer
- skitser, mockups, storyboards og prototyper

Produktudvikling og –test

- idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer
- forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier
- projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen
- forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi.

Etik, love og digital adfærd

- etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv

Digitale værktøjer

- relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer
- relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.

Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, Virtuelle arbejdsformer, Projektarbejdsform, Skriftligt arbejde, Anvendelse af fagprogrammer, Eksperimentelt arbejde
-----------------------------------	--

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 7	Personligt design og kommunikation (CAN)
Forløbets indhold og fokus	I dette forløb i 3g har kom.it indgået et samarbejde med elevernes øvrige studieretningsfag: programmering B og design B. Kom.it/Designeleverne: Har været alene eller i grupper af max 2. I deres scenarium har de skulle varetage en privat lille virksomhed med en simpel produktlinje, der ønsker at udbrede kendskabet til deres produkter på de sociale medier. I design har eleverne udviklet smykker, som de forsøger at markedsføre og skabe et brand omkring i kom.it. Der har været et krav om minimum 9 billeder til sociale medier, en video samt en brandbeskrivelse, alt sammen målrettet den målgruppe, som de har valgt til deres produkter. Designgrupperne outsourcer arbejdet med hjemmesidedesign og køb og salg online til programmeringsholdet. Kom.it/Programmering: Arbejder hovedsagligt alle sammen som en samlet virksomhed og individuelt med deres individuelle opgaver der passer til deres rolle. Eleverne skal udarbejde et brand omkring deres kommunikationsvirksomhed, et brand de forsøger at sprede ud via sociale medier. Derudover skal kommunikationsvirksomheden udarbejde et billedeportfolie af deres produkter – mulige hjemmesider målrettet mindre virksomheder med en produktlinje. Eleverne skal i samarbejde med designeleverne finde ud af deres ønsker og behov og bygge deres hjemmeside ud fra deres ønsker. Desuden har programmeringseleverne fået til opgave i programmering at ”bygge” en server, der kan holde øje med deres produkter i webshoppen. Teori: LEAP modellen Layout med BOV (7,5 sider) Metode: Moodboard Analyse af sociale medier Pitch Personas Wireframes Mock-up Skitsering Unikt udleveret materiale: SoMe marketing – KOM.it facebook – indblik og annoncering Begreb: Business and bullshit Bøger: Kommunikation og IT C (2017)

	Kommunikation og IT A (2018) IT: Kameraudstyr – Heriblandt anvendelse af mobilen som marketingsredskab Klipning og redigering direkte i programmer Photopea Instagram Facebook WIX
Omfang	Anvendt uddannelsestid 22 moduler
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål 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 - udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder - søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen - designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder - undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen - udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation - planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse. Produktion og evaluering - styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering - forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter - udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere - reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter - gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software

- opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen
- anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og slutttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.

Kernestof

Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber. Kernestoffet er:

Kommunikationsteori og fortælle teknik

- digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefællesskaber
- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation
- kommunikationsstrategi og handlingsplan
- forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn

Brugerforståelse og kommunikationssituation

- brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
- kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation
- datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
- afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet

Design og visuel kommunikation

- brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign
- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation
- billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- farvelære og digitale farvesystemer
- skitser, mockups, storyboards og prototyper

Produktudvikling og –test

- idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer
- forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier
- projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen
- brugertests

Etik, love og digital adfærd

- etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter

	- ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Digitale værktøjer - relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter - relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer - relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, Virtuelle arbejdsformer, Projektarbejdsform, Skriftligt arbejde, Anvendelse af fagprogrammer, Eksperimentelt arbejde

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 8	Fråst (CAN)
Forløbs indhold og fokus	Den velkendte ding-ding-ding lyd, som alle danskere kender, er den samme, men Hjem-Is har skiftet navn til Fråst. Efter 47 år som Hjem-Is har virksomheden valgt at skifte navn til Fråst for ikke kun at være relevante i is-sæsonen. Nu skal sortimentet nemlig udvides til at omfatte flere forskellige frostvarer, så der er ikke kun is på menukortet, når Fråst bilerne kommer forbi på de danske villaveje. I forbindelse med navneforandringen og udvidelsen af produktsortimentet har Fråst nu fået brug for hjælp til deres markedsføring og søger bl.a. hjælp til et nyt logo, et fængende slogan og en reklamefilm. Der skal laves minimum 1 kommunikationsprodukt pr. gruppemedlem, men I må gerne lave flere. Der skal minimum være et kommunikationsprodukt til et analogt medie, et kommunikationsprodukt til et digitalt medie, en video og et nyt logo med slogan. De resterende produkter er valgfrie. Teori: En moderne kommunikationsmodel (3 sider) Regina Luttrells kommunikationsmodel til sociale medier Rebranding (1,4 sider) Segmenter (17,7 sider) Budskab (1,7 sider) Det gode budskab og argumentation (1,8 sider) Det gode budskab og appelformerne (0,7 sider) Design signalerer målgruppe (2 sider) Designprocessens 7 faser (2,8 sider) Layout med BOV (7,6 sider) Grafisk design (46,7 sider) Medievalg og synergieffekt (4,1 sider) SWOT (1 side) SWOT eksempel ESP, USP, USP Viral markedsføring (2,1 sider) Viral markedsføring (1,8 sider) Billedsprog og klipning (1,5 sider) Aktantmodel og berettermodel (3,2 sider) Video: https://www.youtube.com/watch?v=m5jNXEcNgIc Metode: Ganttkort Logbog Bøger:

	Kommunikation og IT C (2017) Kommunikation og IT A (2018) Markedskommunikation (2018) Unikt udleveret materiale: PP IT: Kameraudstyr Redigeringsprogram efter eget valg fx DaVinci Resolve Programmer til design af kommunikationsprodukter Microsoft Powerpoint Trello
Omfang	Anvendt uddannelsestid 10 moduler
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål 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 - udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder - søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen - designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder - undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen - udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation - planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse. Produktion og evaluering - styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering - forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter - udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder - reflektere over inddragelse af brugere - reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter

- gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software
- opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen
- anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og slutttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.

Kernestof Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber.

Kernestoffet er:

Kommunikationsteori og fortælle teknik

- digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefællesskaber
- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation
- kommunikationsstrategi og handlingsplan
- forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn

Brugerforståelse og kommunikationssituation

- brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
- kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation
- datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
- afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet

Design og visuel kommunikation

- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation
- billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- farvelære og digitale farvesystemer
- skitser, mockups, storyboards og prototyper

Produktudvikling og –test

- idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer
- forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier
- projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen
- forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi.

Etik, love og digital adfærd

	- etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter - ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter - brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv Digitale værktøjer - relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter - relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerering af interaktive systemer - relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, Virtuelle arbejdsformer, Projektarbejdsform, Skriftligt arbejde, Anvendelse af fagprogrammer, Eksperimentelt arbejde

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 9	Vesthimmerlands Biblioteker – Et erhvervssamarbejde (CAN)
Forløbets indhold og fokus	I dette forløb skal eleverne arbejde sammen med Vesthimmerlands Biblioteker om at få flere unge til at bruge biblioteket. I skal undersøge hvem de unge er og hvorfor de ikke bruger Vesthimmerlands Bibliotekers mange tilbud. Projektet afsluttes med en præsentation for to kommunikationsmedarbejdere ved Vesthimmerlands Biblioteker. Vesthimmerlands Biblioteker må ikke have en TikTok-profil, så det er et benspænd i forhold til at nå det unge publikum. Eleverne skal i dette projekt producere kommunikationsprodukter og skitser til kommunikationsprodukter, som vil være mulige for Vesthimmerlands Biblioteker at implementere. Der skal udarbejdes minimum et kommunikationsprodukt pr. gruppemedlem. Teori: Sepstrups kampagnemodel (29,7 sider) SCRUM Fokusgrupper (1,1 sider) Professionel kommunikation (7,6 sider) Kanalvalg (7,5 sider) Ram din målgruppe (5,7 sider) Video: SCRUM Ekstra Introduktion til SCRUM Metode: SCRUM Bøger: Kommunikation og IT A (2018) Computerspil (2017) Unikt udleveret materiale: PP IT: Varieret
Omfang	Anvendt uddannelsestid 32 moduler
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression

Faglige mål

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
- udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder
- søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen
- designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder
- undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen
- udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation
- planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse.

Produktion og evaluering

- styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering
- forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter
- udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder
- reflektere over inddragelse af brugere
- reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter
- gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software
- opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen
- anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og slutttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.

Kernestof Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber.

Kernestoffet er:

Kommunikationsteori og fortælle teknik

- digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefællesskaber
- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation

	- kommunikationsstrategi og handlingsplan - forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter - kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn Brugerforståelse og kommunikationssituation - brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation - kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation - datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen - afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst - forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet Design og visuel kommunikation - grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation - billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler - farvelære og digitale farvesystemer - skitser, mockups, storyboards og prototyper Produktudvikling og –test - idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer - forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier - projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen - forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi. Etik, love og digital adfærd - etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter - ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter - brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv Digitale værktøjer - relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter - relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer - relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, Virtuelle arbejdsformer, Projektarbejdsform, Skriftligt arbejde, Anvendelse af fagprogrammer, Eksperimentelt arbejde

--	--

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 10	Glædelig jul (CAN)
Forløbets indhold og fokus	Det er snart jul og forbrugsfesten venter for os alle. Men hvad med at give en gave med mening? Hvert år op til jul vælger mange danskere at støtte en god sag med deres julegave. Hvad enten det er en ged, et par øreringe eller et par kvadratmeter skov. Eleverne skal sælge ”den gode sag” igennem en julegave, som giver mening for modtageren. Der skal produceres en film med skolens kameraudstyr og derudover 2 øvrige kommunikationsprodukter, som passer ind i forhold til afsenders kommunikationsstrategi. Denne case har taget udgangspunkt i elevernes ønske om en mere kommerciel vinkel på kampagner og den har derfor et mere handelsorienteret fokus. Teori: De Bonos 6 hatte (3,8 sider) Virale videoer (2,1 sider) Viral markedsføring (1,8 sider) Filmiske virkemidler (8,7 sider) Maslows behovspyramide (2,2 sider) Købsadfærd (2,5 sider) Købemotiver (0,5 sider) Købstyper (3,5 sider) Køberoller (0,3 sider) Livsfaser og forbrugsvaner Positioneringskort Video: Maslows behovspyramide Metode: Benspænd De Bonos 6 hatte Bøger: Kommunikation og IT A (2018) Marketing – en grundbog i afsætning (2017) Toolbox – modeller til afsætning (2009) Innovationsgrundbogen – Entreprenørskab og intraprenørskab (2019) Unikt udleveret materiale: PP IT: Kameraudstyr

	Redigeringsprogram som fx DaVinci Resolve Varieret
Omfang	Anvendte uddannelsestid 24 moduler
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål 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 - udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder - søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen - designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder - undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen - udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation - planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse. Produktion og evaluering - styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering - forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter - udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder - reflektere over inddragelse af brugere - reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter - gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software - opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen - anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.

Kernestof Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber.

Kernestoffet er:

Kommunikationsteori og fortælle teknik

- digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber
- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation
- kommunikationsstrategi og handlingsplan
- forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn

Brugerforståelse og kommunikationssituation

- brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
- kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation
- datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
- afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet

Design og visuel kommunikation

- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation
- billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- farvelære og digitale farvesystemer
- skitser, mockups, storyboards og prototyper

Produktudvikling og –test

- idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer
- forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier
- projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen
- forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi.

Etik, love og digital adfærd

- etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv

Digitale værktøjer

	- relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter - relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer - relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, Virtuelle arbejdsformer, Projektarbejdsform, Skriftligt arbejde, Anvendelse af fagprogrammer, Eksperimentelt arbejde

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 11	Eksamensprojektet (CAN)
Forløbets indhold og fokus	Eleverne har i grupper arbejdet med eksamensprojektet, som tager udgangspunkt i en af tre mulige cases. En mere eller mindre valgfri case, en case der tager udgangspunkt i AI, online medier og børn og en case hvor fokus er på ensomhed. Eleverne har fordelt sig følgende: 5 grupper har valgt den valgfri case (case 1) 1 gruppe har valgt at arbejde med ensomhed (case 3) Forløbet tager udgangspunkt i 3 års teori, metode og praktisk erfaring. Forløbet dækker alle de faglige mål
Omfang	Anvendt uddannelsestid 37 moduler
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål 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 - udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder - søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen - designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder - undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen - udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation - planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse. Produktion og evaluering - styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering - forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter - udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere

- reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter
- gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software
- opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen
- anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.

Kernestof

Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber.
Kernestoffet er:

Kommunikationsteori og fortælle teknik

- digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefællesskaber
- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation, kommunikationsstrategi og handlingsplan
- forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn

Brugerforståelse og kommunikationssituation

- brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
- kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation
- datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
- afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet

Design og visuel kommunikation

- brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign
- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation
- billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- farvelære og digitale farvesystemer
- skitser, mockups, storyboards og prototyper

Produktudvikling og –test

	- idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer - forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier - projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen - forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi. - brugertests Etik, love og digital adfærd - etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter - ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter - brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv Digitale værktøjer - relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter - relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer - relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsølg, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Virtuelle arbejdsformer Projektarbejdsform Anvendelse af fagprogrammer Skriftligt arbejde Eksperimentelt arbejde