



## Undervisningsbeskrivelse

<b>Termin</b>	June 2024
<b>Institution</b>	Tønder Handelsskole
<b>Uddannelse</b>	htx
<b>Fag og niveau</b>	Kommunikation/it A
<b>Lærer</b>	Lars Skovgård Laursen (LL)
<b>Hold</b>	2023htx3

### Forløbsoversigt (6)

<b>Forløb 1</b>	Portfolio - opsamling på 1. og 2. g
<b>Forløb 2</b>	Kampagner og kommunikationsplanlægning
<b>Forløb 3</b>	Projekt: Kampagne for UV-behandlet mælk
<b>Forløb 4</b>	Teori - grafisk design
<b>Forløb 5</b>	Eksamensprojekt
<b>Forløb 6</b>	Eksamensforberedelse

## Førløb 1: Portfolio - opsamling på 1. og 2. g

<b>Førløb 1</b>	Portfolio - opsamling på 1. og 2. g
<b>Indhold</b>	<p>Eleverne udarbejder en digital portfolio med udvalgte projekter fra 1. og 2.g. Arbejdet fungerer samtidig som repetition og refleksion over det vi har arbejdet med ind til nu.</p> <p>Der er valgfrihed i forhold til hvilken platform eleven bruger til at lave portfolien i.</p>
<b>Omfang</b>	8 lektioner / 6 timer

<p><b>Særlige fokuspunkter</b></p>	<p>Fagmål:  anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave.  Forundersøgelse: anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave.  analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i.  Forundersøgelse: analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i.  anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen.  Forundersøgelse: anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen.  Forundersøgelse: gøre rede for juridiske og etiske aspekter i praktisk kommunikation og demonstrere kendskab til problemstillinger omkring ophavsret og personfølsomme informationer.  Forundersøgelse: gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse.  gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse.  Produktion: planlægge og styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og styring af kvalitet.  udvikle kommunikationsstrategier med vægt på budskab, udtryksmidler og medier.  Produktion: udvikle kommunikationsstrategier med vægt på budskab, udtryksmidler og medier.  Produktion: vælge medie til formidling af kommunikation og gennemføre den praktiske tilrettelæggelse i forhold til det valgte medie.  gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer.  Produktion: gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer.  Evaluering: anvende udvalgte metoder til vurdering af egne kommunikationsprodukter og give forslag til optimering af produkt og proces.  Evaluering: kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis.  kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis.  Evaluering: formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</p> <p>Kernestof:  Design: grafisk formsprog og farvelære, til såvel papir som digital kommunikation, og betydningen heraf for en praktisk kommunikations gennemførelse, herunder forskellige principper og teorier for designs virkning og funktion.  Design: billeder og deres formsprog i forhold til såvel levende billeder som faste billeder.  Design: brugervenlighed og funktionalitet.  brugervenlighed og funktionalitet.  Design: storyboards og flowcharts i forhold til design og planlægning af kommunikationsprodukter.  målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation.  Forundersøgelse: målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation.  Forundersøgelse: forskellige afsenders formål med at starte en kommun-</p>
------------------------------------	---

	<p>ikation.</p> <p>forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation.</p> <p>informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning.</p> <p>Forundersøgelse: informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning.</p> <p>Produktion: fremstilling og bearbejdning af informationer fra forskellige kilder - såsom tekst, levende såvel som faste billeder, lyd, animationer o.l. - til brug i kommunikation i gennem trykte og digitale medier.</p> <p>Produktion: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktionsformer og -principper i forhold til den givne kommunikation.</p> <p>forskellige distributionssystemer, deres opbygning, tekniske komponenter og muligheder.</p> <p>Produktion: forskellige distributionssystemer, deres opbygning, tekniske komponenter og muligheder.</p> <p>Udtryksformer: forskellige journalistiske og fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</p> <p>forskellige journalistiske og fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</p> <p>Metoder: kvantitative og kvalitative analysemetoder.</p> <p>kvantitative og kvalitative analysemetoder.</p> <p>praktiske metoder til systemudvikling og projektledelse.</p> <p>Metoder: praktiske metoder til systemudvikling og projektledelse.</p> <p>It: it-værktøjer til behandling af faste og levende billeder, tekst, lyd og animation i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</p> <p>It: it-værktøjer til fremstilling og programmering af interaktive systemer.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Individuelt arbejde med faglig vejledning fra underiser

## Forløb 2: Kampagner og kommunikationsplanlægning

<b>Forløb 2</b>	Kampagner og kommunikationsplanlægning
<b>Indhold</b>	<p>Teoretisk forløb om planlægning, gennemførelse og evaluering af kampagnekommunikation med udgangspunkt i Sepstrups kampagnemodell som den præsenteres i kapitel 6 i kommita.systemtime.dk</p> <p>Anvendt materiale: Moe, Simon et al.: - Kommunikation + IT A - Kapitel 6 Kampagner og kommunikationsplanlægning, Systemtime, 2022</p> <p>Noter: Læs til i dag: Kapitel 6 og Kapitel 6.1 Læs kapitel 6.2 og 6.3 til i dag Læs kapitel 6.4 til i dag Læs kapitel 6.8+6.9 - overvej hvordan I kan opstille et budget for en kampagne i jeres kommende projekt.</p>
<b>Omfang</b>	12 lektioner / 9 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Fagmål: Forundersøgelse: anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave. anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave. analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i. Forundersøgelse: analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i. Forundersøgelse: anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen. anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen. Forundersøgelse: gøre rede for juridiske og etiske aspekter i praktisk kommunikation og demonstrere kendskab til problemstillinger omkring ophavsret og personfølsomme informationer. Forundersøgelse: gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse.</p> <p>Kernestof: målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation. Forundersøgelse: målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation. Forundersøgelse: forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation. forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation. informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning. Forundersøgelse: informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning og gruppefremlæggelser

### Forløb 3: Projekt: Kampagne for UV-behandlet mælk

Forløb 3	Projekt: Kampagne for UV-behandlet mælk
----------	---

<b>Indhold</b>	<p>Kampagneplanlægningsprojekt der tager udgangspunkt i ny teknologi, der på sigt muligvis vil erstatte homogeniseringsprocessen. Opgaven er at lave en fiktiv kampagne, der skal kommunikere til målgruppen, hvad den nye teknologi er og hvorfor den er så fantastisk.</p> <p><a href="https://www.dr.dk/nyheder/indland/paa-mejeriet-i-them-er-osten-uv-behandlet-lys-kan-maaske-erstatte-150-aar-gammel">https://www.dr.dk/nyheder/indland/paa-mejeriet-i-them-er-osten-uv-behandlet-lys-kan-maaske-erstatte-150-aar-gammel</a></p> <p>Der skal skrives en projektrapport på 10-15 normalsider.</p> <p>Projektet oplægget som eleverne arbejdede ud fra:</p> <p>Case: Them Andelsmejeri har som et af de første mejerier taget en ny og potentiel revolutionerende metode i brug i dele af deres produktion. Det drejer sig om UV-behandling af mejeriprodukter. En behandlingsmetode, som erstatter den mere 150 år gamle pasteuriseringsmetode. Teknologien bag metoden er udviklet af den nordjyske virksomhed Lyras A/S.</p> <p>Der er imidlertid en ganske anselig skepsis i befolkningen når det kommer til bestråling af fødevarer. Them Andelsmejeri håber på at kunne lave en oplysende kampagne, der kan ændre holdningen hos den skeptiske del af befolkningen. Det er der både nogle økonomiske grunde til, men der ligger også nogle bæredygtighedsgevinster gemt i UV-teknologien.</p> <p>Start med at læse denne artikel fra DR: På mejeriet i Them er osten UV-behandlet</p> <p>Opgaven: Det er jeres opgave at planlægge en kommunikationskampagne, som kan hjælpe Them Andelsmejeri med at få vendt den udbredte skepsis til UV-teknologien i mejeriproduktion.</p> <p>Det kræver, at I indledningsvis laver en del research omkring teknologien i sig selv, Lyras A/S og Them Andelsmejeri. Dette vil være de første to trin af planlægningsarbejdets 8 trin, som følger Sepstrups model til strategisk kampagneplanlægning. I skal i det hele taget sætte den viden, I har fra kapitel 6 i anvendelse i dette projekt.</p> <p>Jeres kampagneplanlægning skal udmønte sig i en konkret kommunikationsplan.</p> <p>Udover selve planen skal I lave et passende antal eksemplariske kommunikationsprodukter.</p> <p>Projektet afsluttes med en individuel eksamenslignende fremlæggelse.</p> <p>Noter: Læs projektoplægget til i dag Det kan være en god idé at I genlæser afsnittene om 6.1-6.5 Mikkel: Færdiggør undersøgelse af mejeriforeningen Magnus: Lav videre på målgruppeundersøgelse Johann+Nikolaj: Målgruppe og målgruppeskema + Personaer Christian: Personaer Magnus: Gør målgruppeanalyse færdig Mikkel: Sæt rapport op Johann: Budskab Nikolaj: Medievalg Christian: Evaluering af effekt</p>
<b>Omfang</b>	38 lektioner / 28.5 timer

<p><b>Særlige fokuspunkter</b></p>	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse: anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave.  anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave.  analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i.  Forundersøgelse: analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i.  anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen.  Forundersøgelse: anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen.  Forundersøgelse: gøre rede for juridiske og etiske aspekter i praktisk kommunikation og demonstrere kendskab til problemstillinger omkring ophavsret og personfølsomme informationer.  gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse.  Forundersøgelse: gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse.  Produktion: planlægge og styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og styring af kvalitet.  Produktion: udvikle kommunikationsstrategier med vægt på budskab, udtryksmidler og medier.  udvikle kommunikationsstrategier med vægt på budskab, udtryksmidler og medier.  Produktion: vælge medie til formidling af kommunikation og gennemføre den praktiske tilrettelæggelse i forhold til det valgte medie.  Produktion: gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer.  gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer.  Evaluering: anvende udvalgte metoder til vurdering af egne kommunikationsprodukter og give forslag til optimering af produkt og proces.  Evaluering: kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis.  kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis.  Evaluering: formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</p> <p>Kernestof:</p> <p>Design: grafisk formsprog og farvelære, til såvel papir som digital kommunikation, og betydningen heraf for en praktisk kommunikations gennemførelse, herunder forskellige principper og teorier for designs virkning og funktion.  Design: billeder og deres formsprog i forhold til såvel levende billeder som faste billeder.  Design: brugervenlighed og funktionalitet.  brugervenlighed og funktionalitet.  Design: storyboards og flowcharts i forhold til design og planlægning af kommunikationsprodukter.  Forundersøgelse: målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation.  målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation.  forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation.</p>
------------------------------------	--



	<p>Forundersøgelse: forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation.</p> <p>Forundersøgelse: informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning.</p> <p>informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning.</p> <p>Produktion: fremstilling og bearbejdning af informationer fra forskellige kilder - såsom tekst, levende såvel som faste billeder, lyd, animationer o.l. - til brug i kommunikation i gennem trykte og digitale medier.</p> <p>Produktion: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktionsformer og -principper i forhold til den givne kommunikation.</p> <p>Produktion: forskellige distributionssystemer, deres opbygning, tekniske komponenter og muligheder.</p> <p>forskellige distributionssystemer, deres opbygning, tekniske komponenter og muligheder.</p> <p>forskellige journalistiske og fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</p> <p>Udtryksformer: forskellige journalistiske og fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</p> <p>kvantitative og kvalitative analysemetoder.</p> <p>Metoder: kvantitative og kvalitative analysemetoder.</p> <p>praktiske metoder til systemudvikling og projektledelse.</p> <p>Metoder: praktiske metoder til systemudvikling og projektledelse.</p> <p>It: it-værktøjer til behandling af faste og levende billeder, tekst, lyd og animation i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</p> <p>It: it-værktøjer til fremstilling og programmering af interaktive systemer.</p>
<p><b>Væsentligste arbejdsformer</b></p>	<p>Problembaseret projektarbejde</p>

## Forløb 4: Teori - grafisk design

<b>Forløb 4</b>	Teori - grafisk design
<b>Indhold</b>	<p>Dette forløb tager udgangspunkt i kapitel 7 i grundbogen.</p> <p>Teoretisk analytisk gennemgang hvordan den grafiske designproces foregår.</p> <p>Fokus på BOV, gestaltlove, kompositionsprincipper og typografiens betydning for et vellykket grafisk udtryk.</p> <p>Vi har set dokumentarfilmen "Helvetica" fra 2007 og eleverne har forholdt sig reflektivt til filmen og typografi i en mindre skriftlig opgave.</p> <p>Forløbet blev afsluttet med en praktisk individuel opgave hvor eleverne skulle designe en plakat til hver deres unikke event.</p> <p>Noter: Lav analyseopgaven: <a href="https://kommita.systime.dk/?id=235#c917">https://kommita.systime.dk/?id=235#c917</a></p>
<b>Omfang</b>	18 lektioner / 13.5 timer

<p><b>Særlige fokuspunkter</b></p>	<p>Fagmål:  anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave.  Forundersøgelse: anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave.  Forundersøgelse: analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i.  Forundersøgelse: gøre rede for juridiske og etiske aspekter i praktisk kommunikation og demonstrere kendskab til problemstillinger omkring ophavsret og personfølsomme informationer.  gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse.  Forundersøgelse: gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse.  Produktion: planlægge og styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og styring af kvalitet.  udvikle kommunikationsstrategier med vægt på budskab, udtryksmidler og medier.  Produktion: udvikle kommunikationsstrategier med vægt på budskab, udtryksmidler og medier.  Produktion: vælge medie til formidling af kommunikation og gennemføre den praktiske tilrettelæggelse i forhold til det valgte medie.  Produktion: gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer.  gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer.  Evaluerings: anvende udvalgte metoder til vurdering af egne kommunikationsprodukter og give forslag til optimering af produkt og proces.  kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis.  Evaluerings: kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis.  Evaluerings: formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</p> <p>Kernestof:  Design: grafisk formsprog og farvelære, til såvel papir som digital kommunikation, og betydningen heraf for en praktisk kommunikations gennemførelse, herunder forskellige principper og teorier for designs virkning og funktion.  Design: billeder og deres formsprog i forhold til såvel levende billeder som faste billeder.  Design: brugervenlighed og funktionalitet.  brugervenlighed og funktionalitet.  Design: storyboards og flowcharts i forhold til design og planlægning af kommunikationsprodukter.  Forundersøgelse: forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation.  Forundersøgelse: informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning.  informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning.  Produktion: fremstilling og bearbejdning af informationer fra forskellige kilder - såsom tekst, levende såvel som faste billeder, lyd, animationer o.l. - til brug i kommunikation i gennem trykte og digitale medier.  Udtryksformer: forskellige journalistiske og fortælletekniske modeller</p>
------------------------------------	--

	<p>er i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</p> <p>It: it-værktøjer til behandling af faste og levende billeder, tekst, lyd og animation i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</p> <p>It: it-værktøjer til fremstilling og programmering af interaktive systemer.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning og individuelt produktionsarbejde

## Forløb 5: Eksamensprojekt

<b>Forløb 5</b>	Eksamensprojekt
<b>Indhold</b>	<p>Som afslutning på faget udarbejdes der et større projekt, som danner grundlag for projektpøven i faget. Arbejdet med det afsluttende projekt har et omfang på ca. 30 timers undervisningstid og ca. 10 timers fordybelsestid. Projektet gennemføres som gruppearbejde, med mindre særlige faglige hensyn gør sig gældende. Der må højst være fire personer i hver gruppe. På baggrund af et projektoplæg fra læreren, afgrænser, dokumenterer og vurderer gruppen, i samarbejde med læreren, en relevant problemstilling, der omhandler emner, der indgår i fagets kerne- stof eller supplerende stof. Projektet skal bestå af et eller flere kommunikationsprodukter samt en skriftlig rapport af et omfang svarende til 10-15 normalsider for en elev og et tillæg svarende til fem normalsider yderligere pr. elev i gruppen. En normalside har et omfang a 2400 anslag inklusiv mellemrum, eksklusive forside, resumé, figurer, tabeller, illustrationer, noter, litteraturliste og bilag. Op til 20 % af den skriftlige rapport kan afløses af multimodale rapportelementer. Projektet skal indeholde en forundersøgelse og produktionsfase samt en endelig test af kommunikationsproduktet/produkterne. Den skriftlige rapport skal dokumentere, i hvilken grad gruppen har nået de faglige mål, jf. pkt. 2.1. Afleveringstidspunktet for projektet er senest en uge inden eksamensperiodens begyndelse. Gruppen har fælles ansvar for det afleverede. Elevens individuelle arbejde med det afsluttende projekt skal indgå i grundlaget for den afsluttende standpunktskarakter i faget.</p> <p>Noter: Hvis du ikke blev helt færdig med at læse eksamensprojektoplægget, så skal du have det læst til i dag. Eksamensprojektoplæg - 2024</p>
<b>Omfang</b>	44 lektioner / 33 timer

<p><b>Særlige fokuspunkter</b></p>	<p>Fagmål:  anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave.  Forundersøgelse: anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave.  analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i.  Forundersøgelse: analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i.  anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen.  Forundersøgelse: anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen.  Forundersøgelse: gøre rede for juridiske og etiske aspekter i praktisk kommunikation og demonstrere kendskab til problemstillinger omkring ophavsret og personfølsomme informationer.  Forundersøgelse: gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse.  gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse.  Produktion: planlægge og styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og styring af kvalitet.  udvikle kommunikationsstrategier med vægt på budskab, udtryksmidler og medier.  Produktion: udvikle kommunikationsstrategier med vægt på budskab, udtryksmidler og medier.  Produktion: vælge medie til formidling af kommunikation og gennemføre den praktiske tilrettelæggelse i forhold til det valgte medie.  gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer.  Produktion: gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer.  Evaluering: anvende udvalgte metoder til vurdering af egne kommunikationsprodukter og give forslag til optimering af produkt og proces.  Evaluering: kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis.  kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis.  Evaluering: formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</p> <p>Kernestof:  Design: grafisk formsprog og farvelære, til såvel papir som digital kommunikation, og betydningen heraf for en praktisk kommunikations gennemførelse, herunder forskellige principper og teorier for designs virkning og funktion.  Design: billeder og deres formsprog i forhold til såvel levende billeder som faste billeder.  Design: brugervenlighed og funktionalitet.  brugervenlighed og funktionalitet.  Design: storyboards og flowcharts i forhold til design og planlægning af kommunikationsprodukter.  Forundersøgelse: målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation.  målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation.  Forundersøgelse: forskellige afsenders formål med at starte en kommun-</p>
------------------------------------	---

	<p>ikation.</p> <p>forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation.</p> <p>Forundersøgelse: informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning.</p> <p>informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning.</p> <p>Produktion: fremstilling og bearbejdning af informationer fra forskellige kilder - såsom tekst, levende såvel som faste billeder, lyd, animationer o.l. - til brug i kommunikation i gennem trykte og digitale medier.</p> <p>Produktion: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktionsformer og -principper i forhold til den givne kommunikation.</p> <p>Produktion: forskellige distributionssystemer, deres opbygning, tekniske komponenter og muligheder.</p> <p>forskellige distributionssystemer, deres opbygning, tekniske komponenter og muligheder.</p> <p>Udtryksformer: forskellige journalistiske og fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</p> <p>forskellige journalistiske og fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</p> <p>Metoder: kvantitative og kvalitative analysemetoder.</p> <p>kvantitative og kvalitative analysemetoder.</p> <p>Metoder: praktiske metoder til systemudvikling og projektledelse.</p> <p>praktiske metoder til systemudvikling og projektledelse.</p> <p>It: it-værktøjer til behandling af faste og levende billeder, tekst, lyd og animation i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</p> <p>It: it-værktøjer til fremstilling og programmering af interaktive systemer.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Problembaseret projektarbejde i grupper

## Forløb 6: Eksamensforberedelse

<b>Forløb 6</b>	Eksamensforberedelse
<b>Indhold</b>	Bekendtgørelsesgennemgang og eksamensforberedelse
<b>Omfang</b>	6 lektioner / 4.5 timer
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning