



Undervisningsbeskrivelse

Termin	June 2023
Institution	EUC Syd
Uddannelse	htx
Fag og niveau	Kommunikation og it C
Lærer	Christian Bruhn (chb)
Hold	a22hx1z

Forløbsoversigt (5)

Forløb 1	Produktion af kommunikation
Forløb 2	Eksamensprojekt
Forløb 3	Kommunikation og modeller
Forløb 4	Formidling
Forløb 5	Forstå målgruppen

Førløb 1: Produktion af kommunikation

Førløb 1	Produktion af kommunikation
Indhold	Appelformer Retorik KIE Medier Æstetik og komposition Gyldnesnit Farver Supplerende stof: Kap 4 Noter: Læs lektion 1-3 eastcape.dk/HTX/lektioner.html vi laver opgaverne i timen vi laver HTML færdig
Omfang	6 lektioner / 6 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse: analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet</p> <p>Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt</p> <p>Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag</p> <p>Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde</p> <p>Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner</p> <p>Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver</p> <p>Produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer</p> <p>Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov</p> <p>Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer</p> <p>Kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</p> <p>Design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign</p> <p>Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik</p> <p>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Design og visuel kommunikation: basal farvelære</p> <p>Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper</p> <p>Produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer</p> <p>Produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsprodukter med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger</p> <p>Produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder</p> <p>Etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv</p> <p>Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd</p> <p>Digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps</p> <p>Digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Gruppearbjede</p>

Forløb 2: Eksamensprojekt

Forløb 2	Eksamensprojekt
Indhold	Noter: Præsentation af jeres webside samt PowerPoint med jeres beslutninger. Brug kap 3 https://kommitc.systime.dk/?id=237 se vedhæftet
Omfang	21 lektioner / 21 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse: analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet</p> <p>Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt</p> <p>Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag</p> <p>Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde</p> <p>Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner</p> <p>Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver</p> <p>Produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer</p> <p>Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov</p> <p>Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer</p> <p>Kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</p> <p>Design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign</p> <p>Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik</p> <p>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Design og visuel kommunikation: basal farvelære</p> <p>Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper</p> <p>Produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer</p> <p>Produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger</p> <p>Produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder</p> <p>Etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv</p> <p>Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd</p> <p>Digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps</p> <p>Digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	

Førløb 3: Kommunikation og modeller

Førløb 3	Kommunikation og modeller
Indhold	Kommunikationsmodel Shannon Weaver/ Lasswell kanylemodel og de 5 H'- ;er Masse kommunikation og SOME Argumentationsteori Toulmin Appelforme- r Målgruppe Opgave: Hvad er støj
Omfang	Ingen lektioner
Særlige fokuspunkter	Fagmål: Forundersøgelse: analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer Kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 4: Formidling

Forløb 4	Formidling
Indhold	Formalia Etik i produktionen Plagiat
Omfang	Ingen lektioner
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 5: Forstå målgruppen

Forløb 5	Forstå målgruppen
Indhold	Kvalitativ og kvantitativ metoder Supplerende stof: medieudviklingen2021_1bb12b10 DST DR conzoom-klassifikation-dk-g5-15
Omfang	Ingen lektioner
Væsentligste arbejdsformer	